

UNIVERSIDAD POLITECNICA DE VALENCIA

ESCUELA POLITECNICA SUPERIOR DE GANDIA

Diplomatura en Turismo



UNIVERSIDAD
POLITECNICA
DE VALENCIA



ESCUELA POLITÉCNICA
SUPERIOR DE GANDÍA

**“Análisis de empresas de alquiler
de viviendas turísticas en el
municipio de Calpe (Costa Blanca):
una alternativa a la actividad
inmobiliaria”**

**TRABAJO FINAL DE
CARRERA**

Autor:

**D. Francisco José Alonso
Gordillo**

Director:

D. Bernat Roig Merino

GANDIA, 2013

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a D. Luis Such Ribes, administrador de Alquileres Oltasuch SL, la colaboración prestada, dado que nos ha permitido plasmar en este trabajo su experiencia desde que comenzó con la actividad objeto de análisis de este trabajo.

De igual forma también agradezco la colaboración de D. Felipe Esquerdo Ivars, Director de Calidad del Grupo Unitursa.

INDICE

| | |
|---|----|
| 1. INTRODUCCION: JUSTIFICACIÓN Y OBJETIVO..... | 5 |
| 1.1. Introducción..... | 5 |
| 1.2. Objetivos y metodología | 5 |
| 2. LOS RECURSOS TURISTICOS DE CALP..... | 8 |
| 2.1. Playas y Calas..... | 8 |
| 2.2. Recursos Naturales..... | 10 |
| 2.3. Puertos y Clubs Náuticos..... | 12 |
| 2.4. Alojamientos..... | 12 |
| 2.5. Oferta complementaria..... | 13 |
| 3. EVOLUCION DEL MERCADO INMOBILIARIO EN CALP..... | 14 |
| 4. ANALISIS DE LA OFERTA Y DEMANDA DE ALOJAMIENTOS TURISTICOS EN CALP..... | 18 |
| 5. ANALISIS DE EMPRESAS: PROMOCIONES Y CONSTRUCCIONES OLTA SUCH S.L. Y GRUPO UNITURSA | 35 |
| 5.1. PROMOCIONES Y CONSTRUCCIONES OLTA SUCH S.L..... | 35 |
| 5.1.1 Análisis de la entrevista con D. Luis Such..... | 40 |
| 5.1.2. Análisis del balance y cuenta de resultados..... | 42 |
| 5.2. GRUPO UNITURSA, S.A..... | 50 |
| 5.2.1. Análisis de la entrevista a Unitursa..... | 53 |
| 6. CONCLUSIONES..... | 56 |
| BIBLIOGRAFIA..... | 58 |
| ANEXO 1.- REQUISITOS LEGALES Y ADMINISTRATIVOS PARA LA CONSTITUCION DE UNA EMPRESA GESTORA DE ALQUILER TURISTICO..... | 60 |

|

1.- INTRODUCCION: JUSTIFICACIÓN Y OBJETIVO

1.1.- JUSTIFICACIÓN

Este trabajo fin de carrera se ha gestado a través de mi experiencia profesional desarrollada, desde el año 2001 hasta hoy, en una oficina de red minorista de una entidad bancaria, ubicada en Calp. En estos años he mantenido relación profesional con empresas que se han dedicado tradicionalmente a la promoción de viviendas e inmobiliaria y que, una vez estalla la crisis, con el fin de sobrevivir, tienen que cambiar su actividad hacia el sector turístico, por medio de constituir empresas de alquiler de viviendas turísticas.

Cabe señalar que de la misma manera que el fenómeno del turismo rural supuso una alternativa y un fuerte impulso socioeconómico para las poblaciones de las diferentes áreas rurales donde se comenzó a desarrollar, las empresas de alquiler de viviendas turísticas también pueden tener un efecto muy positivo en la generación de riqueza y el empleo de empresas que estaban abocadas a desaparecer, al permitir la explotación turística de miles de viviendas ubicadas en la costa que en este momento no encuentran comprador.

1.2.- OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

En consecuencia, en este trabajo se realiza un análisis de las empresas de alquiler de viviendas turísticas en la población de Calp, desde el punto de vista de la alternativa que esta actividad puede suponer para dinamizar el sector inmobiliario, y de las circunstancias que han provocado que eso sea así.

Para conseguir este objetivo principal se plantean, también, estos objetivos secundarios:

1.-Analizar los factores exógenos que han favorecido la constitución de este tipo de empresas. Nos centraremos en dos:

- Evolución del mercado inmobiliario en Calp.
- Análisis de los recursos turísticos de Calp necesarios para desarrollar la actividad de alquiler de viviendas turísticas.

2.- Analizar la demanda de este tipo de alojamiento turístico.

3.- Revisar los trámites administrativos y la norma reguladora de las empresas de alquiler de viviendas para uso turístico en la Comunidad Valenciana.

La metodología empleada ha sido la revisión de fuentes secundarias, seguida de la entrevista personal con directivos de empresas de alquiler de viviendas turísticas en Calp, finalizando con trabajo de gabinete para redactar el informe final. Las etapas que se han seguido son las siguientes:

- En primer lugar, la consulta de bases de datos oficiales y portales con información de referencia sobre lo sectores inmobiliarios y turísticos en Calp y su entorno.
- En segundo lugar, la recopilación y análisis de información específica sobre dos empresas de referencia del sector de alquiler de viviendas turísticas en Calp: información financiera y noticias económicas.
- Tras la fase anterior, se han llevado a cabo sendas entrevistas con directivos de estas empresas.
- Por último, se ha analizado la información recopilada y se ha redactado el informe final con una síntesis de los principales resultados y conclusiones.

En coherencia con los objetivos y la metodología, a continuación este trabajo se estructurará de la siguiente manera:

1º.- Presentación del municipio de Calp y de sus principales recursos turísticos

2º.- Análisis de la evolución del mercado inmobiliario en Calp.

3º.- Análisis de la oferta y demanda de apartamentos turísticos en Calp.

4º.- Análisis de dos empresas de alquiler de viviendas turísticas ubicadas en Calp:
Promociones y Construcciones Olta Such SL y Grupo Unitursa SA.

5º.- Conclusiones

También se ha incluido un Anexo con la revisión de los trámites administrativos y la norma reguladora de las empresas de alquiler de viviendas para uso turístico en la Comunidad Valenciana.

2.- LOS RECURSOS TURISTICOS DE CALP.

Como decía al principio, además de la crisis del mercado de la vivienda, otro factor exógeno que favorece la constitución de empresas de alquiler vacacional de viviendas son los recursos turísticos y la oferta complementaria de una población como Calp. Por todo ello, en este punto trataremos de ver todos esos recursos que favorecen el desarrollo en Calpe de esta actividad empresarial. Toda la información que a continuación detallamos la hemos obtenido en las Oficinas de Turismo del Ayuntamiento de Calp y en su web www.calpe.es/turismo.

Calp está en la costa norte de la provincia de Alicante, en la comarca de la Marina Alta. Cuenta con 30.719 habitantes (INE 2010), de los cuales más del 60% son de nacionalidad extranjera.

El término municipal se extiende alrededor de una bahía en cuyo extremo norte se alza el Peñón de Ifach, una mole rocosa de 332 m de altura. Dicho Peñón fue declarado Parque Natural y es uno de los símbolos de la Costa Blanca.

La distancia de Calp con respecto a las principales ciudades de donde proviene su demanda turística nacional son 122 kilómetros a Valencia, 463 kilómetros a Madrid, 480 Kilómetros a Barcelona y 743 kilómetros a Bilbao. Asimismo, el aeropuerto de Alicante está a 76 kilómetros.

Las comunicaciones para llegar a Calp son por carretera la autopista AP7 y la carretera Nacional 332. Está conectada con Alicante y el resto de la provincia con un tren de vía estrecha, que conecta Alicante con Denia por la línea de Costa, y con servicio regular de autobuses que además de conectar con Alicante lo hace también con Valencia, Madrid o Barcelona.

2.1. PLAYAS Y CALAS

El principal recurso de Calp y por el cual es principalmente demandado como destino turístico son sus 13 kilómetros de playas y Calas. Se puede afirmar que **Calp** mira al Mar Mediterráneo. Sus principales playas son:

Arenal – Bol

Playa situada en el casco urbano de la ciudad con una extensión de 1.200 metros y acreditadas bandera azul, con las certificaciones ISO 9001 y 14001 de gestión y calidad medioambiental y con la Q de calidad.

Playa de Levante o de la Fossa

Situada justo al norte del Peñón de Ifach es una playa de 900 metros de longitud y también acreditada con bandera azul, con las certificaciones ISO 9001 y 14001 de gestión y calidad medioambiental y con la Q de calidad.

Otras playas más pequeñas que gozan también con acreditación ISO 9001, 14001, Q de calidad y bandera azul son la playa de Cantal Roig y la playa de Puerto Blanco.

Además posee preciosas calas como El Collao, Gasparet, Les Urques, La Manzanera , Morelló, el Racó, Calalga o Les Bassetes.

Adjuntamos mapa con la ubicación de las principales playa y calas del municipio.



| | | |
|---------------|---------------|-----------------------|
| 1 El Collao | 6 Arenal-Bol | 11 Levante o La Fossa |
| 2 Gasparet | 7 Morello | |
| 3 Les Urques | 8 Cantal Roig | 12 Calalga |
| 4 Pto. Blanco | 9 Racó | 13 Mallorqui |
| 5 Manzanera | 10 Del Penyal | 14 Bassetes |

2.2. RECURSOS NATURALES

Salinas de Calp

Las Salinas de Calp forman una laguna sobre una depresión rellena por depósitos aluviales. La posición del Peñón de Ifach es un factor decisivo para la formación de esta interesante zona húmeda. En la laguna se pueden encontrar numerosas aves como el flamenco o la Garza Real. Esta zona húmeda ubicada junto a la zona urbana de Calp le aporta una gran belleza al municipio.

Sierra de Oltá

Uno de los principales atractivos es el contraste en el mismo municipio entre la montaña y el mar. La Sierra de Oltá es un paraje donde se pueden disfrutar de un paseo hasta la cumbre de 586 m de altitud. Tiene también una zona de acampada. Esta sierra se ubica al oeste.

Peñón de Ifach

Es el paraje más representativo del municipio y de la Costa Blanca. Es una mole de roca calcárea de 50.000 m² que se levanta justo encima del mar a 332 m de altura. Este accidente geográfico, que es uno de los más bellos del litoral mediterráneo divide las playas de Calpe, al norte la playa de la Fossa o Levante y al sur, la playa del Arenal Bol. A sus pies se encuentra el Real Club Náutico de Calpe y el puerto pesquero. Cabe reseñar que es punto de encuentro de escaladores y submarinistas, por la belleza de sus paredes y su fondo marino. En temporada alta de máxima afluencia las visitas están restringidas.



<http://www.comunitatvalenciana.com/foto/costa-blanca-calp/calpe-calp/calpe-0>



http://www.xoriguer.org/ftppere/paratges/salines_calp_web/salinas_calpe.htm

Fotografías del Peñón de Ifach y las Salinas

2.3. PUERTOS Y CLUBS NAUTICOS

Calpe ofrece, en un radio de 10 minutos de distancia de su casco urbano, cinco clubs náuticos o puertos deportivos con un total de 1.250 amarres y la posibilidad de numerosas actividades. Una importante infraestructura que puede atraer un turista con un elevado poder adquisitivo.

El Real Club Náutico de Calpe con 264, Les Basetes con 80, Puerto Blanco con 112, Marina Greenwich (Campomanes) con 542 y Mar y Montaña con 250 amarres, todos ellos disponen además de marinas secas, con unas instalaciones de calidad, acreditadas mediante las más exigentes certificaciones.

En torno a los propios clubs náuticos, son innumerables las actividades náuticas que se pueden realizar a lo largo de todo el año y las diferentes modalidades existentes: submarinismo, remo, vela ligera, windsurf, crucero, motos de agua, parasail, esquí acuático, alquiler de embarcaciones de todo tipo, fotografía submarina... cursos de iniciación o especialización, titulaciones y cualquier servicio complementario que se pueda demandar.

2.4. ALOJAMIENTOS TURISTICOS

Cabe reseñar que la oferta hotelera del municipio se ha desarrollado en los últimos 10-5 años y se distribuye de la siguiente manera: 5 hoteles de 4 estrellas con un total de 2.212 plazas, 3 hoteles de 3 estrellas con un total de 942 plazas, 2 hoteles de 2 estrellas con un total de 191 plazas, 13 hostales y pensiones con 272 plazas y un albergue con 124 plazas. Además, el municipio tiene un camping de 1ª categoría de 263 plazas y uno de 2ª categoría de 283 plazas.

En cuanto a los datos de la oferta de plazas en villas y apartamentos turísticos, cabe destacar que en la web del área de Turismo del Ayuntamiento de Calp, en el año 2013, hay censadas 51 empresas que dicen dedicarse al alquiler de viviendas para uso turístico, de las que sólo son 15 las que se dedican de forma principal a esta actividad. A modo de ejemplo, tan sólo las 2 empresas examinadas en este trabajo fin de carrera, Promociones y Construcciones Olta Such SL y Grupo Unitursa SA explotan 170 y 350

viviendas respectivamente, lo que supone una capacidad de más de 2.000 plazas. Este dato nos permite concluir que el número de plazas de apartamentos turísticos es superior al número de plazas hoteleras de Calp, que en total suman 3.617.

2.5. OTROS RECURSOS TURISTICOS

Calp posee infraestructura, paisaje y recursos para desarrollar cualquier tipo de deporte, ya sea acuático (antes mencionado), de montaña o polideportivo- Además, posee un amplio número de restaurantes en los que se puede degustar la rica oferta gastronómica de la zona.

La oferta complementaria del municipio también la componen sus Fiestas entre las que destaca la de Moros y Cristianos y la Fiesta de la Cerveza, ambas en el mes de Octubre. Cabe destacar dentro de la oferta cultural el museo Arqueológico, Museo Etnológico, Museo del Coleccionismo, Museo del Comic o el Museo del Fester.

Entre sus monumentos destacan los restos arqueológicos romanos de los “Baños de la Reina”, la Torres del Molí o los restos arqueológicos medievales “Vila d’Ifach”.

A modo de conclusión y después de analizar de manera más detallada los recursos turísticos de Calp, llegamos a la conclusión de que este municipio posee un muy elevado potencial que le permite tener una oferta turística de calidad y diferenciada. Todo ello posibilita que exista una demanda que elija Calp como su destino vacacional y busque su alojamiento en las empresas que son objeto de análisis de este trabajo fin de carrera, empresas de alquiler de viviendas para uso turístico. Precisamente en el punto siguiente analizaremos con detalle la demanda turística que busca este tipo de alojamientos.

3.- EVOLUCIÓN DEL MERCADO INMOBILIARIO EN CALP.

La evolución negativa del mercado inmobiliario en una población turística como Calp ha favorecido la constitución de empresas de alquiler de viviendas para uso turístico, ¿por qué razón? Por la existencia de cientos de viviendas, pisos, villas o chalets que se encuentran totalmente vacíos y sin perspectivas de poder venderse, como consecuencia de la crisis actual.

No obstante, veamos y analicemos algunos datos que demuestran este hecho. A continuación adjuntamos una tabla obtenida del Instituto Nacional de Estadística con los datos del número total de transacciones inmobiliarias de viviendas por municipios.

| Nº TOTAL DE TRANSACCIONES INMOBILIARIAS DE VIVIENDAS EN CALP | | | | | | | | |
|--|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| | Año 2004 | Año 2005 | Año 2006 | Año 2007 | Año 2008 | Año 2009 | Año 2010 | Año 2011 |
| CALP | 1.568 | 1.356 | 1.506 | 1.193 | 582 | 753 | 851 | 670 |

Fuente www.ine.es

En la tabla adjunta se puede observar un claro cambio de tendencia a partir del año 2007, año en el que comienza la actual crisis. Si bien desde el año 2004 hasta el 2007 las compra ventas en Calpe no bajaban de mil transacciones, a partir de ese año, en el 2008 no alcanzan ni 600 el número de transacciones de compraventa de viviendas.

Realizando la media por año de transacciones inmobiliarias y distinguiendo 2 periodos, un 1º periodo que abarca los años 2004 – 2007 y 2º periodo los años que van de 2008 – 2011, se ve claramente el cambio de tendencia y el frenazo inmobiliario. La media de transacciones por año en el periodo 2004-2007 es de 1.406 operaciones por año y en el segundo periodo del 2008-2011 es de 714 transacciones por año. Por lo tanto, la crisis ha reducido un 50% el número de ventas de viviendas en Calp.

Esta reducción en el número de compraventas de viviendas en Calp ha tenido una inmediata consecuencia en el precio de los inmuebles, como se puede observar en los cuadros adjuntados, extraídos del portal inmobiliario idealista, los cuales reflejan la evolución del precio por metro cuadrado de las viviendas en Calp desde el año 2007 al año 2011.

AÑO 2007

precio por m2 en municipios de la comunidad valenciana (alfabético)

| | 25-sep-07 | 21-dic-07 | incremento IV trimestre |
|-----------------|-----------|-----------|----------------------------|
| alicante | | | |
| alicante | 2.052 | 2.021 | -1,5% |
| altea | 2.295 | 2.344 | 2,1% |
| benidorm | 2.834 | 2.800 | -1,2% |
| calpe | 2.419 | 2.363 | -2,3% |

AÑO 2008

precio por m2 en el resto de la comunidad valenciana

| | 21-dic-07 | 25-mar-08 | variación I trimestre |
|------------------------------|-----------|-----------|--------------------------|
| provincia de alicante | | | |
| alcoy / alcoi | n.d | 1.073 | n.a |
| alicante / alacant | 2.021 | 1.997 | -1,2% |
| altea | 2.344 | 2.371 | 1,2% |
| benidorm | 2.800 | 2.771 | -1,0% |
| calpe | 2.363 | 2.330 | -1,4% |
| campello (el) | 2.212 | 2.226 | 0,7% |

Fuente: www.idealista.com

AÑO 2009

Precio medio en Euros por m2

Provincia de Alicante

| | Diciembre 08 | Sept 2009 | Dic 2009 | Variac Anual |
|-------|--------------|------------|------------|--------------|
| Calpe | 2.215 € / m2 | 2.074 €/m2 | 2.118 €/m2 | - 4,4% |

Fuente: www.idealista.com

AÑO 2010

Precio medio en Euros por m2

Provincia de Alicante

| | Marzo 2009 | Dic 2009 | Marzo 2010 | Variac Anual |
|-------|--------------|------------|------------|--------------|
| Calpe | 2.157 € / m2 | 2.118 €/m2 | 2.130 €/m2 | -1.3% |

Fuente: www.idealista.com

AÑO 2011

Precio medio en Euros por m2

Provincia de Alicante

| | Dic 2010 | Sep 2011 | Dic 2011 | Variac Anual |
|-------|--------------|------------|------------|--------------|
| Calpe | 2.088 € / m2 | 2.000 €/m2 | 1.947 €/m2 | - 6.8% |

Fuente: www.idealista.com

Como se puede apreciar en los datos adjuntados el precio de la vivienda pasa de 2.419 euros el metro cuadrado de vivienda en Calp en Septiembre de 2.007 a 1.947 euros metro cuadrado en Diciembre de 2011. Por lo tanto, la crisis produce una reducción del valor de la vivienda de un 19,5%.

Con todos estos datos negativos de la evolución del mercado inmobiliario llegamos a dos conclusiones:

1.- La reducción del número de operaciones de compraventa de viviendas y del precio de las mismas tiene consecuencias inmediatas en los ingresos de explotación de las empresas que se desenvuelven en este sector. Este hecho hace que tengan 2 alternativas: o reconvierten su actividad o tienen que desaparecer; y, como veremos, una salida son las empresas objeto de análisis de este trabajo fin de carrera.

2.- Una de las causas del frenazo del mercado inmobiliario es la gran cantidad de oferta de viviendas existente que no encuentra salida en el mercado, porque la demanda en los años que llevamos de crisis se ha reducido un 50%. Esto también ha sido un factor muy

positivo para la creación de empresas de alquiler de viviendas para uso turístico, las cuales en este momento no tienen dificultad para encontrar su materia prima, a saber, viviendas que puedan explotar para uso turístico.

4.- ANALISIS DE LA OFERTA Y DEMANDA DE APARTAMENTOS TURISTICOS EN CALP

En el siguiente punto mostraremos y analizaremos la oferta y demanda de alquiler de viviendas para uso turístico, según la encuesta realizada por el Instituto Nacional de Estadística, año 2011, sobre la demanda de alojamientos de alquiler turístico. Las características de la encuesta son las siguientes:

Objetivo de la encuesta

El objetivo principal de la Encuesta de Ocupación en Apartamentos Turísticos es conocer el comportamiento de una serie de variables que permitan describir el segmento que ocupa este tipo de alojamiento dentro del sector turístico, tanto desde el punto de vista de la oferta como de la demanda.

Unidad estadística

Esta encuesta tiene carácter anual y los datos van referidos a la actividad desarrollada por los establecimientos / empresas explotadoras de apartamentos turísticos situados en el territorio nacional.

La población objeto de estudio son todos los establecimientos de apartamentos turísticos y empresas explotadoras de apartamentos turísticos, de acuerdo con las definiciones que de dichos alojamientos figuran en las distintas normativas autonómicas.

Se entiende por establecimiento de apartamentos turísticos toda unidad productora cuya actividad exclusiva o principal es la de alojamiento de turistas, distribuidos en unidades amuebladas (apartamentos, chalets, villas, bungalows,...).

Se considera apartamento turístico (unidad) al inmueble cuyo uso se cede en alquiler de modo habitual para hospedaje.

Un conjunto de unidades, a su vez, forma un establecimiento de apartamentos turísticos. El establecimiento puede estar constituido por varios bloques.

En algunas comunidades autónomas las unidades de análisis son las empresas explotadoras de apartamentos turísticos. Éstas se definen como las personas físicas o jurídicas, sean o no titulares de los alojamientos, que realicen de forma habitual la actividad de cesión del uso o disfrute de los mismos.

Ámbito de la encuesta

Se investigan todos los establecimientos y/o empresas explotadoras del territorio nacional.

Con la excepción de Zamora, Ceuta y Melilla donde no existen establecimientos de este tipo. No obstante, el análisis que vamos a realizar de esta encuesta lo vamos a centrar en la región donde se ubica Calp, en la Comunitat Valenciana y la Costa Blanca, además trataremos de observar su posicionamiento con respecto al resto de autonomías y regiones del estado.

Definición de variables:

1 Establecimientos/ empresas de apartamentos abiertos estimados

Se entiende por establecimiento / empresa de apartamento abierto de temporada, aquel en el que el mes de referencia está comprendido dentro de su periodo de apertura.

2 Apartamentos estimados de un establecimiento o empresa explotadora de apartamentos turísticos

El número de apartamentos estimados pertenecientes a los establecimientos o empresas explotadoras abiertos de temporada.

3 Plazas estimadas de un establecimiento o empresa explotadora de apartamentos turísticos

El número de plazas estimadas por la encuesta de los establecimientos o empresas explotadoras de apartamentos abiertos de temporada.

El número de plazas equivale al número de camas fijas; no se incluyen, por tanto, las supletorias, y las de matrimonio darán lugar a dos plazas.

4 Viajeros entrados

Todas aquellas personas que realizan una o más pernoctaciones seguidas en el mismo alojamiento.

Los viajeros se clasifican por su lugar de residencia. En el caso de los españoles se solicita información sobre la Comunidad Autónoma de procedencia.

5 Pernoctaciones o plazas ocupadas

Se entiende por pernoctación cada noche que un viajero se aloja en el establecimiento. Al igual que en la entrada de viajeros, las plazas ocupadas se desglosan según el lugar de residencia.

6 Estancia media

Esta variable es una aproximación al número de días que, por término medio, los viajeros permanecen en los apartamentos y se calcula como cociente entre las pernoctaciones y el número de viajeros.

7 Grado de ocupación por plazas

Relación en porcentaje, entre el total de las pernoctaciones y el producto de las plazas por los días a los que se refieren las pernoctaciones más las camas supletorias utilizadas.

Se entiende por camas supletorias todas aquellas que no tengan carácter fijo y que no estén en las plazas declaradas oficialmente por el establecimiento y que constan en el directorio.

El mobiliario que se encuentre de forma fija en el apartamento (sofá-cama, mueble-cama etc.) sólo se contabiliza como cama supletoria cuando verdaderamente se use como tal.

Las cunas serán consideradas, igualmente, como camas supletorias

De esta definición se desprende que un establecimiento y/o empresa puede tener un grado de ocupación inferior al cien por cien y sin embargo no disponer de plazas libres, ya que un apartamento puede estar ocupado solamente por una persona dando lugar a una sola pernoctación, y sin embargo el apartamento tener una mayor capacidad.

8 Grado de ocupación por apartamentos

Es la relación, en porcentaje, entre el total de los apartamentos ocupados y el producto de los apartamentos disponibles por los días a los que hace referencia la encuesta.

9 Grado de ocupación por plazas en fin de semana

Relación, en porcentaje, entre las pernoctaciones del viernes y sábado que caen dentro del mes de referencia y el producto de las plazas, incluyendo las camas supletorias de esos dos días, por los días a que se refieren las pernoctaciones.

10 Grado de ocupación por apartamentos en fin de semana

Es la relación, en porcentaje, entre los apartamentos ocupados del viernes y sábado que caen dentro del mes de referencia y el producto de los apartamentos disponibles por los días a los que hacen referencia los apartamentos ocupados.

11 Personal ocupado

Se define como el conjunto de personas, remuneradas y no remuneradas, que contribuyen mediante la aportación de su trabajo, a la producción de bienes y servicios

durante el periodo de referencia de la encuesta, aunque trabajen fuera de los locales del mismo.

12 Punto turístico

Municipio donde la concentración de la oferta turística es significativa.

13 Zona turística

Conjunto de municipios en los que se localiza de forma específica la afluencia turística.
Se ofrece información de las principales zonas de interés turístico

Encuesta de Ocupación en Alojamientos Turísticos (Apartamentos turísticos)

Año 2011

Datos provisionales

1. Viajeros, pernoctaciones y estancia media según comunidades y ciudades autónomas

| Comunidades autónomas | Número de Viajeros | | | Número de pernoctaciones | | | Estancia media |
|-----------------------------|--------------------|----------------------|-----------------------------|--------------------------|----------------------|-----------------------------|----------------|
| | Total | Residentes en España | Residentes en el extranjero | Total | Residentes en España | Residentes en el extranjero | |
| TOTAL | 8.777.580 | 2.982.669 | 5.794.912 | 63.518.621 | 15.612.860 | 47.905.761 | 7,24 |
| Andalucía | 1.086.158 | 553.017 | 533.142 | 5.811.047 | 2.355.458 | 3.455.589 | 5,35 |
| Aragón | 92.588 | 84.168 | 8.421 | 355.678 | 311.371 | 44.306 | 3,84 |
| Asturias, Principado de | 38.883 | 35.588 | 3.295 | 188.010 | 174.713 | 13.297 | 4,84 |
| Baleares, Illes | 1.329.131 | 156.401 | 1.172.730 | 9.676.060 | 922.496 | 8.753.564 | 7,28 |
| Canarias | 3.614.506 | 684.064 | 2.930.442 | 30.808.120 | 3.520.506 | 27.287.614 | 8,52 |
| Cantabria | 77.009 | 68.667 | 8.341 | 336.848 | 299.703 | 37.145 | 4,37 |
| Castilla y León | 48.737 | 46.182 | 2.555 | 162.675 | 152.035 | 10.640 | 3,34 |
| Castilla - La Mancha | 59.450 | 56.531 | 2.919 | 172.279 | 158.856 | 13.423 | 2,90 |
| Cataluña | 811.044 | 361.982 | 449.062 | 5.909.660 | 2.510.102 | 3.399.557 | 7,29 |
| Comunitat Valenciana | 993.915 | 502.887 | 491.027 | 7.312.889 | 3.353.064 | 3.959.825 | 7,36 |
| Extremadura | 22.328 | 21.235 | 1.093 | 61.846 | 58.433 | 3.412 | 2,77 |
| Galicia | 51.515 | 45.447 | 6.068 | 225.761 | 198.716 | 27.044 | 4,38 |
| Madrid, Comunidad de | 386.556 | 229.589 | 156.967 | 1.471.184 | 761.962 | 709.221 | 3,81 |
| Murcia, Región de | 73.483 | 62.383 | 11.100 | 684.137 | 576.430 | 107.707 | 9,31 |
| Navarra, Comunidad Foral de | 46.930 | 36.580 | 10.351 | 154.720 | 117.296 | 37.423 | 3,30 |
| País Vasco | 26.898 | 19.975 | 6.923 | 136.781 | 93.453 | 43.327 | 5,09 |
| Rioja, La | 18.450 | 17.974 | 476 | 50.927 | 48.263 | 2.664 | 2,76 |
| Ceuta | - | - | - | - | - | - | - |
| Melilla | - | - | - | - | - | - | - |
| Tasa interanual | 7,65 | 3,70 | 9,79 | 7,11 | 2,32 | 8,76 | -0,50 |

2. Capacidad, grado de ocupación, personal empleado según comunidades y ciudades autónomas

| Comunidades autónomas | Capacidad ² | | Grado de ocupación ³ | | | | Personal empleado ² |
|-----------------------------|------------------------|------------------------|---------------------------------|-----------------------------|------------------|-----------------------------------|--------------------------------|
| | Plazas estimadas | Apartamentos estimados | Por plazas | Por plazas en fin de semana | Por apartamentos | Por apartamentos en fin de semana | |
| TOTAL | 434.049 | 118.558 | 39,69 | 41,89 | 57,37 | 59,86 | 24,146 |
| Andalucía | 50.363 | 12.923 | 31,45 | 35,03 | 45,29 | 49,76 | 3.452 |
| Aragón | 5.131 | 1.208 | 18,84 | 26,46 | 28,19 | 36,51 | 382 |
| Asturias, Principado de | 3.171 | 831 | 16,04 | 19,22 | 22,47 | 26,07 | 241 |
| Baleares, Illes | 46.085 | 14.666 | 55,91 | 56,53 | 68,73 | 69,40 | 3.630 |
| Canarias | 168.441 | 52.261 | 49,77 | 51,24 | 69,32 | 71,04 | 10.488 |
| Cantabria | 3.530 | 939 | 25,79 | 31,07 | 37,21 | 43,54 | 230 |
| Castilla y León | 2.807 | 641 | 15,82 | 24,04 | 27,01 | 35,87 | 243 |
| Castilla - La Mancha | 4.258 | 1.007 | 11,03 | 19,88 | 15,98 | 26,15 | 447 |
| Cataluña | 48.098 | 10.637 | 33,34 | 36,12 | 45,36 | 48,42 | 1.493 |
| Comunitat Valenciana | 77.783 | 16.014 | 25,56 | 27,27 | 39,09 | 41,63 | 1.935 |
| Extremadura | 1.255 | 310 | 13,30 | 20,28 | 20,00 | 29,90 | 123 |
| Galicia | 2.822 | 761 | 21,59 | 24,76 | 31,72 | 34,70 | 182 |
| Madrid, Comunidad de | 8.053 | 3.517 | 49,61 | 55,02 | 63,81 | 67,87 | 599 |
| Murcia, Región de | 8.245 | 1.828 | 22,58 | 24,24 | 33,43 | 35,61 | 192 |
| Navarra, Comunidad Foral de | 1.807 | 445 | 23,20 | 30,87 | 34,53 | 39,65 | 361 |
| País Vasco | 1.383 | 396 | 26,91 | 30,90 | 48,31 | 50,59 | 87 |
| Rioja, La | 818 | 173 | 16,97 | 33,01 | 24,55 | 44,39 | 60 |
| Ceuta | - | - | - | - | - | - | - |
| Melilla | - | - | - | - | - | - | - |
| Tasa interanual | -0,27 | -1,92 | 7,34 | 6,74 | 10,06 | 11,38 | -1,60 |

¹ Debido a la actualización realizada en el directorio de establecimientos de Navarra (C. Foral de), los datos publicados desde enero de 2011 (para Navarra y el total nacional) no son directamente comparables con los publicados el año pasado, para lo cual se han elaborado coeficientes de enlace que permiten comparar los datos entre los distintos años. Los coeficientes se publicarán cada mes en la página web del INE en la sección dedicada a esta operación estadística, bajo un apartado específico denominado coeficientes de enlace.

² Media anual

³ Grado de ocupación medio ponderado por plazas o apartamentos

EOAP (ANEXO DE TABLAS) - ANUAL 2011 (1/6)

31 de Enero de 2012

3. Viajeros, pernoctaciones, estancia media, capacidad, grado de ocupación y personal empleado de las provincias con mayor número de pernoctaciones*

| Provincias | Viajeros | | Pernoctaciones | | Estancia media | Capacidad** | | Grado de ocupación*** | | | Personal empleado** |
|------------------------|----------------------|-----------------------------|----------------------|-----------------------------|----------------|------------------|-------------------|-----------------------|------------------|----------------------------|---------------------|
| | Residentes en España | Residentes en el extranjero | Residentes en España | Residentes en el extranjero | | Plazas estimadas | Apartamentos est. | Por plazas | Por apartamentos | Por apar. en fin de semana | |
| Palmas, Las | 427.661 | 1.917.338 | 2.332.058 | 18.292.248 | 8,80 | 113.058 | 35.130 | 49,56 | 69,62 | 71,24 | 6.583 |
| Santa Cruz de Tenerife | 256.403 | 1.013.104 | 1.188.448 | 8.995.366 | 8,02 | 55.383 | 17.131 | 50,21 | 68,71 | 70,64 | 3.905 |
| Alicante/Alacant | 291.529 | 388.679 | 1.795.804 | 3.256.320 | 7,43 | 54.775 | 11.511 | 25,12 | 40,14 | 42,64 | 1.428 |
| Málaga | 194.485 | 442.597 | 875.388 | 3.079.669 | 6,21 | 28.151 | 7.104 | 38,31 | 54,94 | 57,46 | 2.322 |
| Girona | 128.266 | 191.731 | 892.774 | 1.660.358 | 7,98 | 25.057 | 5.328 | 27,60 | 36,17 | 38,62 | 673 |
| Tarragona | 157.264 | 144.911 | 878.194 | 1.136.833 | 6,67 | 13.629 | 2.741 | 40,15 | 49,47 | 53,80 | 399 |
| Barcelona | 47.849 | 110.473 | 624.173 | 591.270 | 7,68 | 7.115 | 2.126 | 46,47 | 68,01 | 70,62 | 323 |
| Valencia/València | 115.820 | 66.466 | 818.049 | 361.063 | 6,47 | 10.586 | 2.125 | 30,12 | 41,09 | 44,33 | 294 |
| Castellón/Castelló | 95.539 | 35.883 | 739.211 | 342.442 | 8,23 | 12.422 | 2.378 | 23,62 | 32,15 | 34,30 | 213 |
| Almería | 101.052 | 11.056 | 501.495 | 97.946 | 5,35 | 6.662 | 1.623 | 24,51 | 38,07 | 42,51 | 185 |
| Sevilla | 61.540 | 34.840 | 230.709 | 111.534 | 3,55 | 2.726 | 937 | 34,09 | 51,08 | 59,78 | 150 |
| Granada | 68.810 | 18.662 | 241.478 | 68.348 | 3,54 | 4.283 | 1.141 | 19,76 | 27,58 | 35,46 | 307 |
| Huelva | 51.313 | 3.581 | 242.258 | 25.222 | 4,87 | 3.029 | 674 | 24,06 | 33,50 | 42,99 | 51 |
| Cádiz | 34.050 | 13.847 | 158.779 | 52.860 | 4,42 | 2.579 | 738 | 22,18 | 27,30 | 32,26 | 225 |
| Huesca | 43.541 | 2.283 | 174.282 | 10.463 | 4,03 | 3.114 | 683 | 16,14 | 21,18 | 29,35 | 234 |

4. Viajeros, pernoctaciones, estancia media, capacidad, grado de ocupación y personal empleado de las zonas turísticas con mayor número de pernoctaciones

| Zonas turísticas | Viajeros | | Pernoctaciones | | Estancia media | Capacidad** | | Grado de ocupación*** | | | Personal empleado** |
|-----------------------------|----------------------|-----------------------------|----------------------|-----------------------------|----------------|------------------|-------------------|-----------------------|------------------|----------------------------|---------------------|
| | Residentes en España | Residentes en el extranjero | Residentes en España | Residentes en el extranjero | | Plazas estimadas | Apartamentos est. | Por plazas | Por apartamentos | Por apar. en fin de semana | |
| Isla de Gran Canaria | 232.405 | 934.806 | 1.170.222 | 9.291.643 | 8,96 | 57.290 | 18.147 | 49,79 | 69,85 | 72,24 | 3.247 |
| Isla de Tenerife | 202.850 | 965.320 | 930.868 | 8.511.874 | 8,08 | 48.832 | 14.896 | 52,79 | 72,04 | 74,01 | 3.406 |
| Isla de Lanzarote | 141.710 | 721.937 | 859.511 | 6.572.010 | 8,60 | 41.018 | 12.166 | 49,13 | 68,70 | 69,34 | 2.489 |
| Isla de Mallorca | 37.076 | 746.748 | 194.425 | 5.715.794 | 7,54 | 26.892 | 8.853 | 58,31 | 71,10 | 71,45 | 2.390 |
| Costa Blanca | 280.189 | 375.089 | 1.706.718 | 3.102.380 | 7,34 | 51.013 | 10.821 | 25,68 | 41,05 | 43,60 | 1.327 |
| Costa del Sol | 173.911 | 421.636 | 818.122 | 2.971.440 | 6,36 | 26.387 | 6.738 | 39,17 | 56,25 | 58,69 | 2.255 |
| Isla de Fuerteventura | 53.546 | 260.595 | 302.325 | 2.428.594 | 8,69 | 14.751 | 4.817 | 49,89 | 71,10 | 72,22 | 847 |
| Costa Brava | 98.666 | 189.698 | 756.437 | 1.654.422 | 8,36 | 23.508 | 5.010 | 27,75 | 36,62 | 38,59 | 551 |
| Islas de Ibiza y Formentera | 51.758 | 287.489 | 291.200 | 1.856.043 | 6,33 | 10.598 | 3.252 | 54,14 | 68,07 | 69,22 | 670 |
| Costa Daurada | 153.632 | 140.250 | 856.634 | 1.079.627 | 6,59 | 12.714 | 2.574 | 41,36 | 50,96 | 55,47 | 371 |

5. Viajeros, pernoctaciones, estancia media, capacidad, grado de ocupación y personal empleado de los puntos turísticos con mayor número de pernoctaciones

| Puntos turísticos | Viajeros | | Pernoctaciones | | Estancia media | Capacidad** | | Grado de ocupación*** | | | Personal empleado** |
|---------------------------|----------------------|-----------------------------|----------------------|-----------------------------|----------------|------------------|-------------------|-----------------------|------------------|----------------------------|---------------------|
| | Residentes en España | Residentes en el extranjero | Residentes en España | Residentes en el extranjero | | Plazas estimadas | Apartamentos est. | Por plazas | Por apartamentos | Por apar. en fin de semana | |
| San Bartolomé de Tirajana | 173.986 | 594.698 | 877.145 | 6.016.928 | 8,97 | 38.199 | 11.877 | 49,14 | 70,03 | 72,72 | 2.162 |
| Arona | 51.250 | 447.086 | 248.187 | 4.132.418 | 8,79 | 21.415 | 6.623 | 55,90 | 73,99 | 75,27 | 1.549 |
| Tías | 66.273 | 403.820 | 394.094 | 3.666.340 | 8,64 | 22.231 | 6.859 | 49,51 | 69,81 | 70,61 | 1.193 |
| Mogán | 37.582 | 320.017 | 204.153 | 3.075.714 | 9,17 | 17.643 | 5.619 | 50,80 | 70,10 | 71,80 | 969 |
| Adeje | 44.309 | 300.753 | 200.418 | 2.511.504 | 7,86 | 14.883 | 4.211 | 49,64 | 72,60 | 74,15 | 938 |
| Benidorm | 91.717 | 227.752 | 533.594 | 1.782.454 | 7,25 | 16.071 | 3.842 | 39,34 | 58,77 | 61,71 | 554 |
| Teguise | 46.202 | 193.209 | 254.015 | 1.706.321 | 8,19 | 10.364 | 3.067 | 51,07 | 68,36 | 68,68 | 707 |
| Calvià | 9.182 | 218.220 | 40.226 | 1.459.616 | 6,60 | 6.272 | 2.065 | 63,77 | 78,83 | 80,44 | 532 |
| Madrid | 224.245 | 153.658 | 716.884 | 669.698 | 3,67 | 7.426 | 3.268 | 50,67 | 64,37 | 68,43 | 531 |
| Alcudia | 14.371 | 168.206 | 71.817 | 1.284.670 | 7,43 | 7.080 | 2.659 | 59,74 | 66,26 | 65,99 | 655 |

* Las provincias pertenecientes a comunidades autónomas uniprovinciales no se han incluido, al estar reflejadas en las tablas anteriores.

** Media anual

*** Grado de ocupación medio ponderado por plazas o apartamentos

EOAP (ANEXO DE TABLAS) - ANUAL 2011 (2/6)

Datos provisionales

6. Distribución porcentual de los viajeros residentes en España según comunidad y ciudad autónoma de procedencia

| Destino \ Origen | Total | Andalucía | Aragón | Asturias, P. de | Balears, Illes | Canarias | Cantabria | Castilla y León | Castilla-La Mancha | Cataluña |
|----------------------|--------|-----------|--------|-----------------|----------------|----------|-----------|-----------------|--------------------|----------|
| TOTAL | 100,00 | 16,06 | 2,75 | 1,55 | 1,49 | 13,36 | 0,92 | 3,10 | 3,00 | 14,22 |
| Andalucía | 100,00 | 58,73 | 0,64 | 1,13 | 0,48 | 0,59 | 0,46 | 1,99 | 2,92 | 3,98 |
| Aragón | 100,00 | 3,97 | 18,16 | 0,84 | 0,40 | 0,55 | 0,88 | 2,68 | 1,98 | 24,07 |
| Asturias, P. de | 100,00 | 2,94 | 2,08 | 17,30 | 0,78 | 0,72 | 3,10 | 10,83 | 5,03 | 3,85 |
| Balears, Illes | 100,00 | 5,97 | 0,90 | 0,88 | 16,05 | 0,48 | 0,80 | 1,31 | 1,14 | 33,07 |
| Canarias | 100,00 | 8,46 | 0,57 | 0,40 | 0,32 | 54,30 | 0,52 | 0,80 | 0,49 | 2,40 |
| Cantabria | 100,00 | 5,72 | 3,86 | 3,47 | 0,70 | 0,96 | 6,91 | 17,74 | 3,27 | 6,99 |
| Castilla y León | 100,00 | 5,17 | 1,25 | 2,87 | 0,24 | 0,50 | 1,36 | 14,59 | 4,42 | 4,77 |
| Castilla - La Mancha | 100,00 | 4,39 | 1,39 | 0,44 | 0,19 | 0,37 | 0,29 | 3,13 | 17,11 | 4,56 |
| Cataluña | 100,00 | 1,73 | 7,84 | 0,65 | 0,88 | 0,66 | 0,62 | 1,22 | 1,04 | 63,37 |
| Comunitat Valenciana | 100,00 | 3,42 | 2,53 | 1,04 | 0,63 | 0,49 | 0,66 | 3,66 | 6,19 | 6,62 |
| Extremadura | 100,00 | 12,37 | 1,07 | 1,68 | 0,63 | 0,82 | 1,30 | 6,86 | 4,32 | 4,22 |
| Galicia | 100,00 | 4,01 | 1,16 | 7,61 | 0,40 | 0,96 | 1,67 | 7,25 | 2,27 | 5,21 |
| Madrid, Comunidad de | 100,00 | 16,11 | 3,14 | 3,65 | 2,61 | 6,29 | 2,07 | 5,59 | 3,18 | 10,52 |
| Murcia, Región de | 100,00 | 8,18 | 0,66 | 5,96 | 0,10 | 0,36 | 0,61 | 3,66 | 8,18 | 5,00 |
| Navarra, C. Foral de | 100,00 | 6,66 | 4,55 | 1,99 | 0,50 | 1,88 | 1,18 | 5,68 | 2,11 | 12,07 |
| Pais Vasco | 100,00 | 4,44 | 3,57 | 1,79 | 0,85 | 0,96 | 1,65 | 6,04 | 2,19 | 18,75 |
| Rioja, La | 100,00 | 2,38 | 6,41 | 1,97 | 0,08 | 0,79 | 1,94 | 6,00 | 2,09 | 7,76 |
| Ceuta | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Melilla | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |

| (conclusión) | | | | | | | | | | |
|----------------------|----------------------|-------------|---------|---------------|-------------------|----------------------|------------|-----------|-------|---------|
| Destino \ Origen | Comunitat Valenciana | Extremadura | Galicia | Madrid, C. de | Murcia, Región de | Navarra, C. Foral de | Pais Vasco | Rioja, La | Ceuta | Melilla |
| TOTAL | 9,42 | 1,62 | 2,55 | 21,30 | 2,04 | 1,27 | 4,25 | 0,87 | 0,16 | 0,09 |
| Andalucía | 3,64 | 4,12 | 1,12 | 13,82 | 2,58 | 0,47 | 1,79 | 0,91 | 0,42 | 0,24 |
| Aragón | 15,62 | 0,47 | 0,90 | 17,82 | 0,96 | 2,57 | 6,96 | 0,89 | 0,24 | 0,03 |
| Asturias, P. de | 3,51 | 1,21 | 8,50 | 22,60 | 1,29 | 1,48 | 12,95 | 1,68 | 0,04 | 0,11 |
| Balears, Illes | 8,98 | 0,72 | 1,39 | 21,00 | 0,87 | 0,68 | 5,33 | 0,30 | 0,03 | 0,08 |
| Canarias | 0,93 | 0,51 | 1,53 | 26,22 | 0,25 | 0,29 | 1,84 | 0,10 | 0,03 | 0,03 |
| Cantabria | 2,72 | 0,80 | 5,03 | 20,75 | 0,69 | 3,32 | 14,33 | 2,48 | 0,20 | 0,06 |
| Castilla y León | 4,02 | 1,69 | 5,71 | 45,93 | 1,37 | 0,77 | 4,75 | 0,54 | 0,03 | 0,02 |
| Castilla - La Mancha | 20,47 | 0,70 | 0,92 | 38,46 | 4,77 | 0,37 | 1,95 | 0,40 | 0,06 | 0,05 |
| Cataluña | 4,73 | 0,31 | 0,84 | 7,13 | 0,62 | 2,01 | 4,18 | 1,96 | 0,13 | 0,08 |
| Comunitat Valenciana | 32,38 | 0,76 | 1,07 | 31,56 | 2,70 | 1,43 | 3,91 | 0,81 | 0,07 | 0,07 |
| Extremadura | 2,86 | 21,52 | 1,61 | 33,42 | 1,10 | 1,13 | 4,07 | 0,99 | 0,02 | 0,02 |
| Galicia | 2,27 | 0,75 | 43,88 | 15,75 | 0,64 | 1,17 | 4,40 | 0,55 | 0,05 | 0,02 |
| Madrid, C. de | 8,70 | 3,12 | 6,40 | 15,97 | 3,26 | 1,95 | 6,01 | 1,02 | 0,35 | 0,09 |
| Murcia, Región de | 8,90 | 0,78 | 1,43 | 31,02 | 22,49 | 0,48 | 1,47 | 0,56 | 0,15 | 0,01 |
| Navarra, C. Foral de | 6,72 | 1,47 | 3,90 | 12,11 | 1,41 | 13,50 | 22,78 | 1,45 | 0,03 | - |
| Pais Vasco | 3,76 | 0,92 | 4,03 | 14,67 | 0,55 | 5,10 | 28,91 | 1,84 | - | - |
| Rioja, La | 2,61 | 0,24 | 1,84 | 23,10 | 0,54 | 3,84 | 32,09 | 6,33 | - | - |
| Ceuta | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Melilla | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |

7. Distribución porcentual de las pernoctaciones de los residentes en España según comunidad y ciudad autónoma de procedencia

| Destino \ Origen | Total | Andalucía | Aragón | Asturias, P. de | Balears, Illes | Canarias | Cantabria | Castilla y León | Castilla-La Mancha | Cataluña |
|----------------------|--------|-----------|--------|-----------------|----------------|----------|-----------|-----------------|--------------------|----------|
| TOTAL | 100,00 | 12,66 | 2,76 | 2,43 | 1,50 | 12,09 | 0,85 | 3,01 | 3,11 | 16,78 |
| Andalucía | 100,00 | 53,15 | 0,67 | 2,43 | 0,54 | 0,44 | 0,48 | 2,28 | 3,27 | 4,24 |
| Aragón | 100,00 | 5,19 | 20,32 | 0,76 | 0,41 | 0,92 | 0,75 | 2,33 | 2,07 | 22,21 |
| Asturias, P. De | 100,00 | 2,14 | 1,96 | 25,01 | 0,64 | 0,59 | 1,40 | 8,06 | 4,35 | 4,59 |
| Balears, Illes | 100,00 | 5,88 | 0,70 | 1,02 | 12,91 | 0,40 | 0,64 | 1,39 | 0,87 | 36,33 |
| Canarias | 100,00 | 8,50 | 0,74 | 0,53 | 0,33 | 50,92 | 0,60 | 1,03 | 0,58 | 2,71 |
| Cantabria | 100,00 | 5,32 | 3,99 | 3,02 | 0,72 | 0,84 | 8,97 | 14,18 | 3,54 | 8,03 |
| Castilla y León | 100,00 | 5,59 | 0,78 | 5,94 | 0,58 | 0,79 | 1,44 | 17,43 | 3,93 | 5,68 |
| Castilla-La Mancha | 100,00 | 5,02 | 1,30 | 0,51 | 0,18 | 0,40 | 0,17 | 3,66 | 19,66 | 5,61 |
| Cataluña | 100,00 | 1,72 | 6,63 | 0,62 | 1,99 | 0,51 | 0,53 | 1,06 | 1,01 | 65,29 |
| Comunitat Valenciana | 100,00 | 3,00 | 2,94 | 1,48 | 0,40 | 0,28 | 0,75 | 4,66 | 6,58 | 5,54 |
| Extremadura | 100,00 | 15,20 | 0,82 | 2,22 | 0,53 | 1,32 | 1,27 | 6,03 | 3,56 | 5,35 |
| Galicia | 100,00 | 5,33 | 1,26 | 8,09 | 0,47 | 1,19 | 1,70 | 7,09 | 2,45 | 6,00 |
| Madrid, C. De | 100,00 | 13,55 | 2,53 | 3,49 | 2,31 | 5,34 | 1,57 | 4,80 | 2,60 | 9,44 |
| Murcia, Región de | 100,00 | 6,62 | 0,64 | 20,00 | 0,05 | 0,38 | 0,39 | 3,17 | 6,82 | 3,83 |
| Navarra, C. Foral de | 100,00 | 7,01 | 3,68 | 1,48 | 0,49 | 2,02 | 0,77 | 5,00 | 1,82 | 14,17 |
| País Vasco | 100,00 | 4,66 | 2,84 | 2,48 | 1,08 | 1,11 | 1,93 | 8,86 | 3,01 | 16,95 |
| Rioja, La | 100,00 | 4,21 | 5,92 | 1,86 | 0,04 | 0,75 | 1,31 | 5,06 | 2,42 | 11,05 |
| Ceuta | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Melilla | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |

| (conclusión) | | | | | | | | | | |
|----------------------|----------------------|-------------|---------|---------------|-------------------|----------------------|------------|-----------|-------|---------|
| Destino \ Origen | Comunitat Valenciana | Extremadura | Galicia | Madrid, C. de | Murcia, Región de | Navarra, C. Foral de | País Vasco | Rioja, La | Ceuta | Melilla |
| TOTAL | 8,67 | 1,45 | 2,14 | 23,84 | 2,00 | 1,27 | 4,30 | 0,95 | 0,11 | 0,07 |
| Andalucía | 3,05 | 4,45 | 1,07 | 17,40 | 1,97 | 0,48 | 2,22 | 1,29 | 0,34 | 0,22 |
| Aragón | 16,54 | 0,71 | 0,81 | 16,69 | 1,21 | 1,93 | 6,23 | 0,65 | 0,19 | 0,10 |
| Asturias, P. de | 3,21 | 0,76 | 4,70 | 27,93 | 2,19 | 1,33 | 8,27 | 2,61 | 0,12 | 0,14 |
| Balears, Illes | 8,45 | 0,73 | 1,30 | 21,37 | 0,83 | 0,75 | 6,08 | 0,27 | 0,02 | 0,05 |
| Canarias | 1,18 | 0,65 | 1,80 | 27,23 | 0,31 | 0,35 | 2,36 | 0,09 | 0,04 | 0,05 |
| Cantabria | 2,97 | 0,99 | 4,24 | 27,32 | 0,71 | 3,18 | 9,47 | 2,34 | 0,12 | 0,06 |
| Castilla y León | 5,01 | 1,58 | 5,53 | 38,96 | 1,48 | 0,66 | 4,21 | 0,35 | 0,03 | 0,01 |
| Castilla - La Mancha | 21,41 | 0,99 | 1,00 | 32,12 | 5,05 | 0,26 | 2,18 | 0,39 | 0,04 | 0,04 |
| Cataluña | 4,09 | 0,26 | 0,81 | 6,76 | 0,39 | 1,85 | 4,60 | 1,78 | 0,06 | 0,03 |
| Comunitat Valenciana | 25,27 | 0,95 | 1,18 | 37,14 | 1,80 | 1,90 | 4,93 | 1,13 | 0,04 | 0,04 |
| Extremadura | 3,02 | 19,23 | 1,41 | 31,34 | 1,06 | 0,96 | 5,83 | 0,84 | 0,01 | 0,01 |
| Galicia | 2,50 | 1,06 | 36,31 | 18,75 | 0,57 | 1,40 | 5,30 | 0,43 | 0,07 | 0,01 |
| Madrid, C. de | 7,20 | 2,90 | 6,15 | 27,74 | 2,50 | 1,46 | 5,26 | 0,79 | 0,30 | 0,06 |
| Murcia, Región de | 4,96 | 0,82 | 1,52 | 25,06 | 23,32 | 0,45 | 1,28 | 0,50 | 0,18 | 0,01 |
| Navarra, C. Foral de | 7,64 | 1,46 | 4,16 | 12,55 | 1,39 | 14,46 | 20,59 | 1,29 | 0,01 | - |
| País Vasco | 3,31 | 1,16 | 6,74 | 13,29 | 0,53 | 2,48 | 28,72 | 0,85 | - | - |
| Rioja, La | 4,57 | 0,47 | 2,26 | 22,11 | 0,94 | 3,00 | 28,64 | 5,38 | - | - |
| Ceuta | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Melilla | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |

8. Viajeros y pernoctaciones según país de residencia

| Países | Viajeros | | Pernoctaciones | |
|---------------------------------------|-----------|--------|----------------|--------|
| | Total | % | Total | % |
| TOTAL | 8.777.580 | 100,00 | 63.518.621 | 100,00 |
| Residentes en España | 2.982.669 | 33,98 | 15.612.860 | 24,58 |
| Residentes en el extranjero | 5.794.912 | 66,02 | 47.905.761 | 75,42 |
| TOTAL residentes en el extranjero | 5.794.912 | 100,00 | 47.905.761 | 100,00 |
| TOTAL residentes en U.E. (sin España) | 5.095.130 | 87,92 | 42.427.291 | 88,56 |
| - Alemania | 799.991 | 13,81 | 8.318.911 | 17,37 |
| - Austria | 29.787 | 0,51 | 268.018 | 0,56 |
| - Bélgica | 73.442 | 1,27 | 641.352 | 1,34 |
| - Dinamarca | 158.088 | 2,73 | 1.320.724 | 2,76 |
| - Finlandia | 155.849 | 2,69 | 1.298.526 | 2,71 |
| - Francia | 348.929 | 6,02 | 2.740.704 | 5,72 |
| - Grecia | 7.111 | 0,12 | 41.975 | 0,09 |
| - Irlanda | 252.889 | 4,36 | 1.959.818 | 4,09 |
| - Italia | 216.752 | 3,74 | 1.326.105 | 2,77 |
| - Luxemburgo | 9.846 | 0,17 | 72.890 | 0,15 |
| - Países Bajos | 352.732 | 6,09 | 3.206.004 | 6,69 |
| - Polonia | 42.282 | 0,73 | 319.173 | 0,67 |
| - Portugal | 55.745 | 0,96 | 304.944 | 0,64 |
| - Reino Unido | 2.178.180 | 37,59 | 17.156.503 | 35,81 |
| - República Checa | 26.813 | 0,46 | 198.013 | 0,41 |
| - Suecia | 322.621 | 5,57 | 2.759.222 | 5,76 |
| - Resto de la UE | 64.074 | 1,11 | 494.408 | 1,03 |
| Noruega | 243.370 | 4,20 | 2.388.212 | 4,99 |
| Otros países europeos | 200.592 | 3,46 | 1.563.619 | 3,26 |
| Estados Unidos | 58.258 | 1,01 | 279.586 | 0,58 |
| Resto de América | 77.166 | 1,33 | 543.465 | 1,13 |
| Países africanos | 25.695 | 0,44 | 182.371 | 0,38 |
| Resto del mundo | 94.700 | 1,63 | 521.217 | 1,09 |

9. Evolución en el año 2011: Viajeros, pernoctaciones y estancia media

| | Número de viajeros | | | Número de pernoctaciones | | | Estancia media |
|------------|--------------------|----------------------|-----------------------------|--------------------------|----------------------|-----------------------------|----------------|
| | Total | Residentes en España | Residentes en el extranjero | Total | Residentes en España | Residentes en el extranjero | |
| TOTAL | 8.777.580 | 2.982.669 | 5.794.912 | 63.518.621 | 15.612.860 | 47.905.761 | 7,24 |
| Enero | 415.255 | 98.670 | 316.585 | 3.541.071 | 475.497 | 3.065.575 | 8,53 |
| Febrero | 460.755 | 121.237 | 339.519 | 3.571.244 | 460.359 | 3.110.885 | 7,75 |
| Marzo | 517.028 | 136.912 | 380.116 | 4.012.726 | 552.972 | 3.459.754 | 7,76 |
| Abril | 669.219 | 256.088 | 413.131 | 4.154.879 | 1.014.381 | 3.140.498 | 6,21 |
| Mayo | 646.987 | 202.926 | 444.061 | 4.025.019 | 810.921 | 3.214.098 | 6,22 |
| Junio | 899.231 | 332.845 | 566.386 | 5.748.686 | 1.526.898 | 4.221.788 | 6,39 |
| Julio | 1.254.604 | 485.702 | 768.902 | 9.151.344 | 2.970.243 | 6.181.101 | 7,29 |
| Agosto | 1.370.526 | 593.803 | 776.723 | 10.935.616 | 4.150.956 | 6.784.660 | 7,98 |
| Septiembre | 936.140 | 326.477 | 609.663 | 6.563.211 | 1.764.458 | 4.798.753 | 7,01 |
| Octubre | 660.403 | 178.629 | 481.774 | 4.572.543 | 764.251 | 3.808.292 | 6,92 |
| Noviembre | 454.272 | 105.005 | 349.267 | 3.626.522 | 503.217 | 3.123.305 | 7,98 |
| Diciembre | 493.160 | 144.375 | 348.786 | 3.615.760 | 618.708 | 2.997.053 | 7,33 |

10. Capacidad, grado de ocupación y personal empleado

| | Capacidad | | Grado de ocupación | | | | Personal empleado |
|------------|------------------|------------------------|--------------------|-----------------------------|------------------|-----------------------------------|-------------------|
| | Plazas estimadas | Apartamentos estimados | Por plazas | Por plazas en fin de semana | Por apartamentos | Por apartamentos en fin de semana | |
| TOTAL* | 434.049 | 118.558 | 39,69 | 41,89 | 57,37 | 59,86 | 24.146 |
| Enero | 343.539 | 96.950 | 33,14 | 34,55 | 53,63 | 55,34 | 20.135 |
| Febrero | 339.191 | 94.774 | 37,43 | 39,20 | 60,54 | 62,35 | 19.239 |
| Marzo | 354.391 | 98.531 | 36,34 | 38,87 | 59,61 | 62,52 | 19.858 |
| Abril | 405.685 | 111.237 | 33,92 | 35,74 | 50,32 | 52,65 | 22.466 |
| Mayo | 474.268 | 130.730 | 27,29 | 30,40 | 41,76 | 45,69 | 26.294 |
| Junio | 523.833 | 140.695 | 36,26 | 39,14 | 51,87 | 55,22 | 28.034 |
| Julio | 553.193 | 148.310 | 52,74 | 54,05 | 66,40 | 67,97 | 31.431 |
| Agosto | 569.396 | 150.587 | 61,06 | 63,63 | 74,81 | 77,66 | 32.218 |
| Septiembre | 532.983 | 142.981 | 40,86 | 43,85 | 59,95 | 62,78 | 29.743 |
| Octubre | 426.778 | 118.383 | 34,40 | 36,27 | 51,69 | 53,63 | 22.965 |
| Noviembre | 342.213 | 94.619 | 35,20 | 37,08 | 58,62 | 60,77 | 18.671 |
| Diciembre | 343.116 | 94.898 | 33,83 | 35,45 | 53,76 | 55,65 | 18.697 |

* Media anual. Grados de ocupación medios ponderados por plazas o apartamentos

A continuación analizamos algunas de las tablas de los resultados de la encuesta de ocupación de alojamientos turísticos del año 2012, realizada por el INE (Instituto Nacional de Estadística):

1.- ANALISIS ENCUESTA: TABLA 1: VIAJEROS, PERNOCTACIONES Y ESTANCIA MEDIA COMUNIDAD VALENCIANA

El total de viajeros que usaron alquiler de viviendas turísticas en la Comunitat Valenciana fue de 993.915 viajeros, lo cual representa un 11.3% del total de viajeros que usaron este tipo de alojamiento en España. Esta cantidad la posiciona como la cuarta comunidad autónoma con más número de viajeros por detrás de Canarias, Baleares y Andalucía.

En cuanto a la procedencia de ese número de viajeros, el 51%, 502.887 turistas fueron residentes en España y el otro 49%, 491.027 eran residentes en el extranjero. A nivel nacional del total de turistas el 34% son residentes en España y el 66% son residentes en el extranjero. Si comparamos los datos de nuestra comunidad con los del resto del estado podemos deducir que, si bien está muy bien posicionada en el mercado nacional, tiene recorrido de mejora en el mercado extranjero.

En cuanto al número total de pernoctaciones en nuestra comunidad, 7.312.889, supone un 11,5% sobre el total del estado, porcentaje que es muy similar al del número total de viajeros que se alojan en viviendas de alquiler turístico sobre el total del estado, que es de un 11,3%. No obstante, en este campo los residentes nacionales, aun siendo más numerosos que los extranjeros, pernoctan un 5% menos que éstos. La estancia total media es de 7,36 días, algo por encima de la media nacional que está en 7,24 días. Asimismo, es reseñable que el número de pernoctaciones de la Comunitat Valenciana es el 3º mayor de España inmediatamente detrás de Baleares y Canarias, que es la comunidad con más pernoctaciones y número de viajeros que se alojan alquilando viviendas para uso turístico.

2.- ANALISIS ENCUESTA TABLA 2: CAPACIDAD, GRADO DE OCUPACION Y PERSONAL EMPLEADO EN LA COMUNIDAD VALENCIANA

El número de plazas que posee la Comunidad Valenciana en este tipo de alojamientos es de 77.783 integradas en 16.014 apartamentos. Estas cantidades la sitúan en la segunda comunidad autónoma con más plazas y apartamentos disponibles por detrás de Canarias.

Por lo tanto, la comunidad Valenciana es la cuarta por número de viajeros y, sin embargo, la segunda por número de plazas y apartamentos ofertados dentro del estado. Este hecho nos hace concluir lo que decíamos en el punto dos de este trabajo fin de carrera, que la crisis inmobiliaria en nuestra comunidad ha dejado un gran número de viviendas lo que repercute de forma directa en que aumente la oferta en el tipo de alojamiento objeto de nuestro análisis.

Además, una oferta tan elevada del número de plazas de este tipo de alojamientos va a hacer que el grado de ocupación sea bajo. En el caso de la Comunidad Valenciana el grado de ocupación por plazas es de 25,56% y el grado de ocupación por apartamentos es de 39,09%, cuando la media nacional es de 39,69% y 57,37% respectivamente.

En cuanto a la media anual del personal empleado en la Comunidad Valenciana en el año 2011 fue de 1.935 personas. Si calculamos las plazas estimadas por empleado obtenemos un dato en la Comunidad Valenciana de 40 plazas por empleados contra 16 plazas por empleado en Canarias, 12 plazas por empleado en Baleares y 17 plazas por empleado de media a nivel España. Si obtenemos el mismo ratio de número de apartamentos con respecto al número de empleados, en la Comunidad Valenciana son 12 apartamentos por empleado, frente a los 4 apartamentos por empleado en Canarias o Baleares o los 4,91 apartamentos por empleado de media a nivel nacional. Con este dato se puede concluir que a nivel global en nuestra comunidad hay pocos empleados para la capacidad de alojamiento y número de plazas, lo cual puede contribuir a que se ofrezca un servicio y una oferta numerosa pero de peor calidad, menos profesional. Quizá este sea un punto clave a tener en cuenta para mejorar y así incrementar el grado de ocupación y la llegada de más turistas extranjeros.

3.- ANALISIS ENCUESTA TABLA 4: VIAJEROS, PERNOCTACIONES Y ESTANCIA MEDIA, CAPACIDAD, GRADO DE OCUPACIÓN Y PERSONAL EMPLEADO EN LA COSTA BLANCA.

En la Costa Blanca, costa alicantina en la que se ubica Calp (los datos aquí analizados se podría extrapolar a esta población), el total de viajeros que usó alquiler de viviendas para uso turístico fue de 655.278, un 66% del total de viajeros que usaron este tipo de alojamiento en la Comunidad Valenciana. Al revés que en los datos agregados de la Comunidad Valenciana, en la Costa Blanca el 57% de los viajeros fueron residentes extranjeros y el 43% nacionales.

Del total de pernoctaciones, 4.809.098, el 35% fue efectuada por residentes nacionales y los residentes extranjeros realizaron el 65%. Cabe destacar que la Costa Blanca, con respecto al resto de zonas turísticas del país, fue la zona con más número de pernoctaciones de residentes nacionales, 1.706.718 en 2011.

En cuanto a la capacidad de plazas y apartamentos que la Costa Blanca oferta, sucede lo mismo que en la Comunidad Valenciana, es muy alta en comparación con otras áreas turísticas del país, dispone de 51.013 plazas, sólo por detrás de la Isla de Gran Canaria que ofrece más de 57.000 plazas y 10.821 apartamentos.

De la misma manera que en los datos agregados de la Comunidad Valenciana, el grado de ocupación de Costa Blanca es de los más bajos del país, 25,68% en el grado de ocupación por plazas y 41,05% por apartamentos. Estos datos de ocupación ponen a la Costa Blanca sólo por delante de la Costa Brava.

La zona de la Costa Blanca emplea en esta actividad 1.327 personas de media anual, un 68% del total de la Comunidad Valenciana (1.935). Este dato muestra que en esta área de la provincia Alicantina se encuentra el mayor número de empresas de alquiler de viviendas.

Cabe señalar, que si bien la Costa Blanca recibe mayor proporción de viajeros extranjeros que nacionales, a diferencia de lo que sucedía en la Comunidad Valenciana, tiene la misma tendencia y el mismo problema en cuanto al grado de ocupación, que es de los más bajos de España por las razones antes explicadas.

4.- ANALISIS ENCUESTA TABLA 6: DISTRIBUCION PORCENTUAL EN LA COMUNIDAD VALENCIANA DE LAS PERNOCTACIONES Y NÚMERO DE VIAJEROS RESIDENTES EN ESPAÑA SEGÚN CCAA DE PROCEDENCIA.

En la Comunidad Valenciana el mayor número de viajeros nacionales que usan alquiler de viviendas para uso turístico provienen de la propia Comunidad, un 32,38%, le sigue muy de cerca la Comunidad de Madrid, que aporta un 32% de los viajeros que vienen a la Comunidad Valenciana. Cataluña y Castilla La Mancha son las siguientes comunidades que más aportan, pero en menor medida: un 6,62% y un 6,19% respectivamente. El 23% que queda se reparte de manera muy equitativa entre el resto de Comunidades autónomas.

En lo que tiene que ver a la distribución porcentual de pernoctaciones de los residentes en España, igual que sucedía con el número de viajeros, madrileños y valencianos son los que concentran el mayor número de pernoctaciones en la Comunidad Valenciana un 37,14% y un 25,27% respectivamente. Con mucha diferencia le siguen Castilla La Mancha con un 6,58% de las pernoctaciones, 5,54% Cataluña y 4,93% País Vasco.

Viendo estos datos, podemos concluir que la demanda nacional está muy concentrada en 2 regiones y sería, por tanto, muy importante diversificarla y ampliar mercado para evitar tanta dependencia.

5.- ANALISIS ENCUESTA TABLA 8: VIAJEROS Y PERNOCTACIONES SEGÚN PAIS DE RESIDENCIA

Este dato del número de viajeros según país de residencia y número de pernoctaciones realizadas (se entiende por pernoctación: cada noche que un viajero se aloja en el establecimiento) se aporta a nivel nacional, no se detalla la ubicación de los alojamientos por comunidades autónomas, sin embargo, nos puede dar una idea de donde podemos encontrar nuevos nichos de mercados que amplíen y diversifiquen la demanda de este tipo de alojamientos.

Por lo tanto, en los datos de la encuesta que muestra la tabla 8 se puede observar cómo el 37% de los viajeros extranjeros que vienen a España que se han alojado en apartamentos turísticos, es decir, un total de 2.178.180 viajeros, provienen del Reino

Unido. Además, cabe reseñar que son los viajeros de éste país los que mayor número de pernoctaciones disfrutan: un total 17.156.503, un 35% del total de las pernoctaciones realizadas por extranjeros en apartamentos turísticos en España. Le sigue Alemania con 799.991 viajeros (13% del total) y el 17% de las pernoctaciones, Países Bajos con 352.732 viajeros (6,09%) y el 6,69% de las pernoctaciones de extranjeros y en cuarto lugar estaría Francia con un 6,02% del total de viajeros extranjeros y un 5,72% del total de las pernoctaciones realizadas.

La clave para dinamizar a las empresas de alquiler de viviendas para uso turístico e incrementar el grado de ocupación, estaría en buscar nuevos nichos de mercados en países extranjeros. Si bien puede haber mercados ya maduros como el Reino Unido, con un alto número de viajeros que hay que mantener, hay que trabajar nuevos canales de distribución y comercialización de este tipo de alojamientos para llegar a nuevos caladeros de viajeros como pueden ser Europa del Este .

6.-ANALISIS DEL PRECIO DE APARTAMENTOS DE VACACIONES

Cabe hacer mención del análisis del precio del alquiler de apartamentos en zonas más turísticas de España, según publica el periódico El Mundo en su web, www.elmundo.es, haciendo mención de un estudio realizado por el portal especializado en alquiler de apartamentos de vacaciones a través de Internet, Homeaway.

Su responsable comercial manifiesta “que después de experimentar los precios un incremento medio del 4.5% entre 2010 y 2011 se ha observado que los propietarios han optado por rebajar precios para proporcionar al viajero una oferta coherente con el actual momento de mercado y cada vez más competitiva frente a los hoteles.”

El estudio refleja como en algunas zonas de España los precios de los alquileres turísticos han descendido hasta un 40% en el año 2012 con respecto a 2011, la media de bajada ha sido un 17%. Han bajado los precios un 41% en la Costa Cálida, Murcia, un 38% en las Islas Canarias y un 31% en la Costa de Sol.

No obstante, el estudio de este portal refleja que en el año 2012 la Costa Blanca ha sido una excepción a esa tendencia dado que el precio por persona y día es de 47 euros, lo que supone una subida del 18% con respecto a 2011, que era de 39 euros.

La tabla que se adjunta muestra el listado de los precios medios de los alojamientos turísticos de las diferentes áreas turísticas españolas publicados u ofertados en el portal Homeaway.es, así como el incremento o decrecimiento medio generado en los últimos 12 meses del precio medio de un alojamiento para cuatro personas alquilado por una semana.

| Playas | 2012* | 2011* | Δ% |
|-------------------------|--------------|--------------|-----------|
| Baleares | 1.507 € | 1.923 € | -21,64% |
| Costa Maresme | 1.489 € | 1.678 € | -11,25% |
| Costa Brava | 1.268 € | 1.540 € | -17,64% |
| Costa del Sol | 941 € | 1.374 € | -31,51% |
| Costa Blanca | 1.338 € | 1.134 € | 18,00% |
| Costa Cálida | 666 € | 1.121 € | -40,56% |
| Canarias | 661 € | 1.081 € | -38,85% |
| Costa Dorada | 1.015 € | 1.065 € | -4,71% |
| Costa de Almería | 809 € | 1.046 € | -22,69% |
| Costa Tropical | 791 € | 1.030 € | -23,22% |
| Costa de la Luz | 1.070 € | 944 € | 13,32% |
| Valencia | 819 € | 783 € | 4,57% |
| Costa del Azahar | 744 € | 776 € | -4,13% |

5.- ANALISIS DE EMPRESAS: PROMOCIONES Y CONSTRUCCIONES OLTA SUCH SL Y GRUPO UNITURSA

Cómo decíamos en la introducción, el objetivo que persigue este trabajo fin de carrera es analizar como una actividad turística, a saber, el alquiler de viviendas para uso turístico, puede ser una alternativa y una vía de supervivencia para empresas que se dedicaban al sector inmobiliario y promoción de viviendas.

A continuación se muestra la información recogida en sendas entrevistas a directivos de dos empresas representativas de este sector en Calp, así como el análisis de la evolución reciente de sus estados financieros.

5.1. PROMOCIONES Y CONSTRUCCIONES OLTA SUCH, SL

Vamos a ver el caso práctico de una empresa cuya actividad típica siempre ha sido la construcción y promoción de viviendas en Calp, Promociones y Construcciones Olta Such SL. Debido a la crisis económica y a la paralización que ha sufrido el sector de la construcción, esta empresa transformó su actividad típica en el alquiler de viviendas para uso turístico aprovechando las condiciones favorables que proporciona el entorno en el que se ubica, la población de Calp.

Por ello, a continuación mostramos la entrevista que se ha realizado al administrador y gerente de Alquileres Oltasuch SL, Luis Joaquin Such Ribes, al cual agradecemos la oportunidad que nos ha dado de poder ver y analizar el caso práctico de la empresa en la que desarrolla su actividad.

Pregunta: ¿Cuándo se constituyó Promociones y Construcciones Olta Such SL y cómo fue su origen?

Respuesta: Promociones y Construcciones Olta Such sl se constituyó el 01 de Julio de 1994. La sociedad fue constituida por 3 socios que eran familia, mi padre, Jose Antonio Such Vidal, su hermano, Juan Such Vidal y su cuñado, Andrés Ivars Pastor . Todos

ellos con una larga experiencia de años en el sector de la construcción y promoción de viviendas, motivo por el cual decidieron juntarse y constituir la empresa.

Pregunta: ¿Cuál ha sido la actividad principal de esta empresa durante todo este tiempo y cómo se ha organizado?

Respuesta: Promociones y construcciones Olta Such SL se ha dedicado típicamente a la construcción y promoción de viviendas y también ha ejercido como inmobiliaria. Mi padre y mi tío Andres han estado a pie de obra llegando a tener a cargo 20 personas trabajando en construcción y mi tío Juan ha llevado la parte administrativa, financiera y de comercialización de inmuebles o inmobiliaria donde además había 3 personas a su cargo.

Pregunta: Entonces ¿Cuántos empleados ha llegado a tener la empresa?

Respuesta: En los momentos de más trabajo hemos llegado a tener 30 personas a cargo. La mayoría trabajando en construcción y una minoría 3-5 personas depende del momento en labores administrativas o de tipo comercial.

Pregunta: ¿Qué oportunidades y qué problemas, qué señales comenzáis a detectar para que os planteéis comenzar con la nueva actividad turística de alquiler de viviendas para uso vacacional?

Respuesta: El problema principal que encontramos es que a partir del año 2008 la empresa empieza de reducir de manera drástica la facturación a causa de la crisis del ladrillo. Gracias a la estructura familiar de la empresa y a que no se ha embarcado en grandes proyectos inmobiliarios ni en un gran endeudamiento con las entidades financieras ha podido aguantar, aún así había que buscar una alternativa dado que de la empresa dependen 7 trabajadores indefinidos con una antigüedad de más de 15 años y las familias de los 3 socios.

Además, al ser una empresa familiar había un problema de continuidad, debido a que ni yo ni los hijos de los otros socios tenemos intención de continuar en el sector que nuestros padres conocían perfectamente, la construcción y promoción de viviendas.

Por lo tanto, encontramos algunos factores o señales que propiciaron comenzar con la nueva actividad. Uno de ellos es que yo había trabajado en Calpe en una empresa de alquiler turístico de viviendas por lo tanto tenía algo de experiencia, a ello había que sumar el alto grado de conocimiento que teníamos en el mercado de la vivienda en la

zona, lo conocíamos perfectamente por nuestra actividad de inmobiliaria y construcción de viviendas, así como también conocíamos perfectamente, pues además somos oriundos de Calpe, las posibilidades y recursos turísticos de esta población. Además, hay que decir que la crisis ha favorecido esta actividad turística, pues son muchos los propietarios cuyas economías también han sufrido y han tomado la decisión de cedernos sus viviendas para que gestionemos el alquiler con el fin de que puedan obtener unos ingresos extra.

Pregunta: ¿En qué año comenzáis con la nueva actividad turística del alquiler de viviendas para uso vacacional?

Respuesta: Comenzamos en el año 2008. En principio ejercíamos la actividad dentro de la propia empresa Promociones y Construcciones Olta Such SL, no obstante, dado que hemos ido creciendo, finalmente, a finales de 2011, concretamente el 11 de Noviembre de 2011 constituimos Alquileres Oltasuch SL, formada por 4 socios, yo junto a mi padre y mis 2 tíos (socios de Promoc y Construcc Olta Such SL) y, además, soy el administrador único.

Pregunta: ¿Cuál es la misión o filosofía que tratas de implantar cuando comienzas la actividad turística?

Respuesta: He tratado de seguir la misión y filosofía que mi padre y mis tíos han implantado en Promociones y Construcciones Olta Such SL. Ellos han perseguido ante todo la calidad y el servicio al cliente. Por ese motivo el crecimiento de la empresa nunca se les fue de las manos, lo han regulado con el fin de dar servicio y calidad a sus clientes. En pleno boom de la construcción otros han crecido mucho más, pero ahora mismo la mayoría han desaparecido, nuestra empresa aguanta por que mantiene una clientela fiel y muchos nos buscan por nuestra reputación.

Ahora cuando comienzo de cero con la actividad del alquiler turístico la misión y filosofía que pretendo es la misma, dar calidad y servicio en dos sentidos: por un lado al propietario de la vivienda que nos delega la gestión del alquiler de la misma y por otro lado ofrecer un buen servicio de calidad al turista que nos solicita una vivienda. Esto considero que es vital en este negocio, por que si no das calidad si no ofreces garantía y confianza al propietario es difícil que te proporcione su vivienda para que le gesticiones el alquiler, al fin y al cabo es quien nos suministra la materia prima de este negocio. Y por otro lado el turista nos demanda el disfrute de un servicio, por lo que si no

cumplimos unos estándares de calidad puedes perder muchos clientes y más hoy con lo fácil que es expandir una mala o buena reputación a través de Internet y las redes sociales.

Pregunta: Dado que dices que vuestra misión y filosofía es ofrecer calidad tanto al cliente como al propietario de las viviendas, ¿Habéis implantado algún modelo de calidad en la empresa?

Respuesta: Lo cierto es que sí tenemos implantado un sistema de encuestas de satisfacción a los clientes, además los comentarios que los turistas en la web nos aporta mucha información que nos sirve para mantener unos estándares de calidad en las viviendas que gestionamos. Por otro lado, con los propietarios de las viviendas también mantenemos acuerdos de garantía en caso de deterioro, o pagos anticipados del alquiler.

Pregunta: ¿Cuál es el objetivo con el que trabajas a medio plazo cuando comienzas la nueva actividad?

Respuesta: Teniendo en cuenta que en el año 2008 empezamos una nueva actividad desde cero. El objetivo que nos marcamos era crecer y consolidar nuestra empresa entre las 2 primeras de Calpe y entre las principales de la Marina Alta.

Pregunta: ¿Qué estrategias, en líneas generales, se implementan en la empresa para conseguir los objetivos?

Respuesta: En las estrategias que hemos establecido desde un principio siempre hemos tenido muy presente la misión con la cual mi familia siempre ha trabajado y te comentaba antes. Y por lo tanto, es la que ahora tratamos de implantar en la actividad turística del alquiler: ofrecer calidad y garantías tanto a propietarios de las viviendas como a los clientes. Para ello desde el principio, tratamos de subdividir nuestra estrategia y resumirla en 3 planes operativos: En 1º lugar un plan de captación de viviendas. En este punto establecemos unos estándares de calidad en la propiedad que se capta para ofrecer un buen producto al turista, nos hemos centrado principalmente en viviendas unifamiliares y villas y, además, hemos creado un protocolo de garantía al propietario en caso de deterioro de su vivienda por los inquilinos. Un 2º plan operativo ha sido de comercialización y marketing de nuestros alojamientos y, por último, el 3º plan operativo es crear y organizar los procedimientos necesarios para el funcionamiento interno de la empresa: administrativo, atención del cliente y operativo

de mantenimiento y averías. Aplicar estos procedimientos con unos estándares de calidad nos está diferenciando de nuestra competencia y nos está aportando valor añadido.

Pregunta ¿cuál es la estructura organizativa de una empresa como la vuestra?

Respuesta: Dado que es una empresa familiar más bien pequeña, somos en total 25 trabajadores, nuestra organización es bastante horizontal y nuestra organización está agrupada según el trabajo que realiza cada uno. Como antes te comenté se pueden agrupar en 4 grupos o departamentos: Captación de viviendas, comercialización del producto, administración y atención al cliente y, por último, servicio de mantenimiento y limpiezas.

Pregunta: ¿Cuál ha sido vuestra evolución desde que comenzasteis con esta nueva actividad? ¿Estás satisfecho?

Respuesta: Aunque hemos trabajado mucho, sí que estoy muy satisfecho y orgulloso de nuestra evolución, dado que en 5 años que llevamos con esta actividad nos hemos posicionado en Calp como la 2ª empresa de alquiler de viviendas para uso turístico. En este momento gestionamos aproximadamente más de 160 viviendas lo cual genera un volumen que comienza a ser interesante.

Lo cierto es que estoy orgulloso por que la facturación de esta actividad supone ya mucho más que la facturación generada por la que era nuestra actividad típica, construcción e inmobiliaria, y por tanto ha supuesto una alternativa a la crisis del ladrillo y la vivienda y también nos ha ayudado a gestionar la sucesión de nuestra empresa familiar, lo cual no estaba exento de dificultades.

Pregunta: Una pregunta para acabar de actualidad ¿Quería saber tu opinión sobre la propuesta de ley del actual gobierno de la nación, por la que quiere que el alquiler turístico de viviendas no tenga la cobertura de la LAU (Ley de Arrendamientos Urbanos)?

Respuesta: En la Comunidad Valenciana esta actividad está regulada, por lo que ya tenemos los deberes hechos y si esa ley sale adelante en nuestra comunidad autónoma no habrá ningún vacío legal que regule nuestra actividad. Dicho esto, pienso que para el sector sería positivo por que acabaría con los alquileres no declarados, dicho de otra manera, acabaría con el intrusismo y la competencia desleal.

5.1.1 ANALISIS DE LA ENTREVISTA CON D. LUIS SUCH

De las respuestas de Luis Such, Administrador de Alquileres Oltasuch sl, podemos concluir lo siguiente:

El caso que nos ocupa demuestra la importancia de detectar las oportunidades para la creación de una empresa turística, ¿Cómo es posible detectar esas oportunidades? Algunos expertos como Hamel y Prahalad, proponen el concepto de señales débiles como punto de partida para pensar en el futuro. Las señales débiles son referencias informativas que suponen un elemento extraño en el presente pero que pueden condicionar el futuro de una empresa. En el caso que nos ocupa esas señales débiles han sido, por un lado, el deterioro y caída del sector inmobiliario (que ha forzado el cambio de actividad en la empresa y ha dado la oportunidad de disponer de stock de viviendas para uso turístico) y por otro los recursos turísticos de Calp. Estar al tanto y en contacto con el entorno ha posibilitado realizar un análisis DAFO (debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades), el cual aporta la información y datos necesarios para realizar una actividad con proyección de futuro. En el caso que nos ocupa, hacer este ejercicio ha posibilitado dejar una actividad principal, la construcción y promoción de viviendas, por no tener mercado, y comenzar una nueva con proyección de futuro, alquiler de viviendas para uso turístico.

Una vez hecho el análisis DAFO el caso práctico que nos ocupa refleja la importancia de planificar el inicio de una actividad turística estableciendo una misión o filosofía, objetivos cuantificables y unas estrategias que nos permitan organizar y llevar a cabo acciones que nos permitan alcanzar los objetivos marcados.

La misión o filosofía de empresa se define como el propósito de su existencia o meta última, tiene que ver con la función que cumple en una sociedad el producto o servicio que pone a su disposición. En caso práctico que nos ocupa, Alquileres Oltasuch sl, es ofrecer un servicio de calidad y diferenciador del resto de empresas del mismo sector. Asimismo, se puede decir que con el fin de no estancarse la empresa de Luis Such se marcó un objetivo económico, de medio / largo plazo y cuantificable, que era posicionarse como una de las primeras empresas de su sector en la zona (cabe reseñar que en Calp hay 20 empresas activas en el sector del alquiler de viviendas turísticas),

objetivo que finalmente han conseguido. Para ello han tenido que establecer una organización dentro de su empresa y unas estrategias. Alquileres Oltasuch SL tiene una organización horizontal y una estructura funcional, dado que agrupa a los empleados según conocimientos y habilidades y, también, según el proceso de trabajo y la función que desempeñan. Hay 4 unidades en las que se agrupan todos los empleados: la captación de viviendas, comercialización del producto (los alojamientos), administración y atención al cliente y la unidad de mantenimiento y limpiezas. Esas unidades están directamente supervisadas por el administrador Luis Such y uno de los socios de la empresa, Juan Such.

Este diseño empresarial ha llevado a Alquileres Oltasuch a alcanzar los objetivos marcados cuando inició su actividad y en este momento es la 2ª empresa del sector de alquiler de viviendas en la zona, gestionando más de 160 casas. Se puede afirmar que tiene un negocio consolidado.

Según nos comentaba su administrador esto se ha podido lograr por que han sido siempre muy rigurosos en establecer planes de corrección cuando por incumplimiento de las diferentes estrategias establecidas, de calidad o de negocio, se desviaban de los objetivos marcados. Eso implica establecer de forma continua medidas correctoras para asegurar el cumplimiento de las estrategias.

5.1.2 ANALISIS DEL BALANCE Y CUENTA DE RESULTADOS

En este punto analizaremos la evolución del balance y cuenta de pérdidas y ganancias de los años 2009, 2010 y 2011 de Promociones y Construcciones Olta Such s.l. En esos años la empresa comienza a consolidar la actividad turística de alquiler de viviendas para uso vacacional y comienza a frenar o disminuir su actividad típica de alquiler de viviendas para uso turístico. Analizaremos cómo se plasma ese proceso y como evoluciona en el balance y cuenta de pérdidas y ganancias de los 3 años analizados.

En la cuenta de resultados se puede apreciar el proceso antes explicado, dado que el importe neto de la cifra de negocios, o lo que es lo mismo, la facturación generada por la actividad de promoción de viviendas pasa de 1.423.m euros (“m” indica dato expresado en miles de euros) en 2009 a 890.m euros en 2010 y 653.m euros en 2011, por lo que la disminución del volumen de negocio generado por esta actividad es de un 54% en tres años. Sin embargo, ocurre lo opuesto en lo que tiene que ver con la partida de otros ingresos de explotación. En esta partida se recogen los ingresos generados por la actividad de alquiler turístico para uso vacacional. En el año 2009 los ingresos fueron de 411.m euros, en el año 2010 fueron 729.m euros y en el año 2011 fueron 1.384.m euros. Por lo que el aumento en estos tres años del volumen de negocio generado por la actividad turística ha sido de un 236% con respecto a 2009.

Este dato refleja claramente en el caso de la empresa Promociones y Construcciones Olta Such SL., un caso práctico de cómo la actividad turística de alquiler vacacional de viviendas es una alternativa al decaído sector inmobiliario y de promoción y construcción de viviendas en la costa blanca.

Durante los años que hemos analizado también se ve claramente cómo el beneficio después de impuestos de la empresa no sólo se mantiene sino que también crece pasando de 34.m euros en 2009 a casi 40.m euros en 2011. Cabe reseñar que dicho aumento se produce en un entorno de grave crisis económica en la Comunidad Valenciana.

El efecto del cambio de actividad en el caso práctico analizado, también se aprecia en su balance de situación. Los fondos propios de la empresa (su pasivo no exigible) pasan de 499.m euros en 2009 a 571.m euros en 2011, por lo que de igual forma en estos 3 años gracias a la actividad del alquiler turístico la solvencia ha aumentado.

El fondo de maniobra de la empresa, que indica la diferencia entre el activo circulante y el pasivo circulante y que debe ser una cifra positiva, también tiene una notable mejoría a lo largo de los 3 años analizados dado que pasa de -257.m euros en 2009 a -28.m euros. Por lo que la empresa consigue aumentar su fondo de maniobra y casi logra financiar su pasivo circulante con su activo circulante en el año 2011 dado que en 2009 el desfase era de -257.m euros. De haberse mantenido la tendencia del año 2009 la empresa se hubiera visto abocada a la suspensión de pagos o concurso de acreedores dado que la diferencia entre la liquidez de su activo y la exigibilidad de su pasivo era muy negativa.

En cuanto al ratio de liquidez de la empresa que indica porcentualmente el nivel de activo corriente sobre el pasivo corriente o lo que es lo mismo el grado de proporción de deudas de corto plazo que son cubiertas por elementos del activo circulante y se mide al realizar el cociente del activo corriente entre su pasivo corriente, pasó de 0.54 en 2009 a 0.95 en 2011, encontrándose los valores óptimos de liquidez entre 1.5 y 2.5.

El ratio de endeudamiento o solvencia de Promociones y construcciones Olta Such SL, que indica la relación entre el pasivo total aportado por acreedores y el pasivo aportado con por la propia empresa, y se calcula realizando el cociente de la suma del pasivo a corto plazo y largo plazo entre los fondos propios de la empresa. Este ratio en el año 2011 es de un 2.15 en año 2011 (lo cual indica que el pasivo ajeno es 2.15 veces superior a los fondos propios de la empresa).

Su rentabilidad económica (ROA) que mide la capacidad del activo de generar beneficio y se calcula mediante el cociente del resultado de explotación entre el activo total por cien, es de 4,41% en año 2009, 3,70% en año 2010 y sube al 4,09% en año 2011. Por lo que la actividad turística permite a la empresa analizada mantener su ROA.

En cuanto a la rentabilidad financiera (ROE) de la empresa analizada (que refleja la capacidad de generar beneficio con los fondos propios y capital generado por la propia empresa y se calcula mediante el cociente de el resultado de explotación entre los fondos propios por cien) también logra aumentar pasando de 9,22% en año 2009 a 9,40% en año 2011.

Por lo tanto, el análisis de los balances de Promociones y Construcciones Olta Such SL demuestran que la actividad turística de alquiler de viviendas para uso vacacional ha sido una alternativa a su actividad tradicional de promoción y construcción de viviendas que iba disminuyendo lo cual ha sido una solución definitiva para evitar muchas dificultades o incluso una posible quiebra.

Fuente: www.informa.com

PROMOCIONES Y CONSTRUCCIONES OLTA SUCH SL, C.I.F./N.I.F.:
0B03954203

Balance de Situación (Activo)

Cifras expresadas en euros

| | 31/12/2011 (12) | 31/12/2010 (12) | 31/12/2009 (12) |
|--|--------------------|--------------------|--------------------|
| 11000 A) ACTIVO NO CORRIENTE | 1.227.308,26 | 1.268.199,36 | 1.363.066,67 |
| 11100 I. Inmovilizado intangible | 690,00 | 690,00 | 690,00 |
| 11200 II. Inmovilizado material | 1.213.586,56 | 1.254.361,86 | 1.349.229,17 |
| 11300 III. Inversiones inmobiliarias | | | |
| 11400 IV. Inversiones en empresas del grupo y asociadas a largo plazo | | | |
| 11500 V. Inversiones financieras a largo plazo | 13.031,70 | 13.147,50 | 13.147,50 |
| 11600 VI. Activos por impuesto diferido | | | |
| 11700 VII. Deudas comerciales no corrientes | | | |
| 12000 B) ACTIVO CORRIENTE | 574.176,42 | 327.730,42 | 308.894,67 |
| 12100 I. Activos no corrientes mantenidos para la venta | | | |
| 12200 II. Existencias | 144.673,40 | 204.740,00 | 175.440,00 |
| 12300 III. Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar | 97.859,56 | 48.455,87 | 85.923,51 |
| 12380 1. Clientes por ventas y prestaciones de servicios | 48.523,42 | 46.113,68 | 55.014,26 |
| 12382 b) Clientes por ventas y prestaciones de servicios a corto plazo | 48.523,42 | 46.113,68 | 55.014,26 |
| 12390 3. Otros deudores | 49.336,14 | 2.342,19 | 30.909,25 |
| 12400 IV. Inversiones en empresas del grupo y asociadas a corto plazo | | | |
| 12500 V. Inversiones financieras a corto plazo | 16.041,37 | 16.000,00 | 12.000,00 |
| 12600 VI. Periodificaciones a corto plazo | | | |
| 12700 VII. Efectivo y otros activos líquidos equivalentes | 315.602,09 | 58.534,55 | 35.531,16 |
| 10000 TOTAL ACTIVO (A + B) | 1.801.484,68 | 1.595.929,78 | 1.671.961,34 |

Balance de Situación (Pasivo)
Cifras expresadas en euros

| | 31/12/2011 (12) | 31/12/2010 (12) | 31/12/2009 (12) |
|--|--------------------|--------------------|--------------------|
| 20000 A) PATRIMONIO NETO | 571.807,12 | 532.102,35 | 499.455,65 |
| 21000 A-1) Fondos propios | 571.807,12 | 532.102,35 | 499.455,65 |
| 21100 I. Capital | 27.045,00 | 27.045,00 | 27.045,00 |
| 21110 1. Capital escriturado | 27.045,00 | 27.045,00 | 27.045,00 |
| 21200 II. Prima de emisión | | | |
| 21300 III. Reservas | 505.057,35 | 472.410,65 | 438.151,81 |
| 21400 IV. (Acciones y participaciones en patrimonio propias) | | | |
| 21500 V. Resultados de ejercicios anteriores | | | |
| 21600 VI. Otras aportaciones de socios | | | |
| 21700 VII. Resultado del ejercicio | 39.704,77 | 32.646,70 | 34.258,84 |
| 21800 VIII. (Dividendo a cuenta) | | | |
| 21900 IX. Otros instrumentos de patrimonio neto | | | |
| 22000 A-2) Ajustes por cambios de valor | | | |
| 23000 A-3) Subvenciones, donaciones y legados recibidos | | | |
| 31000 B) PASIVO NO CORRIENTE | 627.371,13 | 516.272,70 | 606.079,61 |
| 31100 I. Provisiones a largo plazo | | | |
| 31200 II. Deudas a largo plazo | 627.371,13 | 516.272,70 | 606.079,61 |
| 31220 1. Deudas con entidades de crédito | 627.371,13 | 511.569,62 | 601.376,53 |
| 31290 3. Otras deudas a largo plazo | | 4.703,08 | 4.703,08 |
| 31300 III. Deudas con empresas del grupo y asociadas a largo plazo | | | |
| 31400 IV. Pasivos por impuesto diferido | | | |
| 31500 V. Periodificaciones a largo plazo | | | |
| 31600 VI. Acreedores comerciales no corrientes | | | |
| 31700 VII. Deuda con características especiales a largo plazo | | | |
| 32000 C) PASIVO CORRIENTE | 602.306,43 | 547.554,73 | 566.426,08 |
| 32100 I. Pasivos vinculados con activos no corrientes mantenidos para la venta | | | |

| | | | | |
|-------|---|--------------|--------------|--------------|
| 32200 | II. Provisiones a corto plazo | | | |
| 32300 | III. Deudas a corto plazo | 356.545,22 | 339.653,76 | 345.917,08 |
| 32320 | 1. Deudas con entidades de crédito | 180.658,13 | 161.867,23 | 167.789,34 |
| 32390 | 3. Otras deudas a corto plazo | 175.887,09 | 177.786,53 | 178.127,74 |
| 32400 | IV. Deudas con empresas del grupo y asociadas a corto plazo | | | |
| 32500 | V. Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar | 245.761,21 | 207.900,97 | 220.509,00 |
| 32580 | 1. Proveedores | 173.894,75 | 152.076,47 | 170.499,97 |
| 32582 | b) Proveedores a corto plazo | 173.894,75 | 152.076,47 | 170.499,97 |
| 32590 | 2. Otros acreedores | 71.866,46 | 55.824,50 | 50.009,03 |
| 32600 | VI. Periodificaciones a corto plazo | | | |
| 32700 | VII. Deuda con características especiales a corto plazo | | | |
| 30000 | TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO (A + B + C) | 1.801.484,68 | 1.595.929,78 | 1.671.961,34 |

PROMOCIONES Y CONSTRUCCIONES OLTA SUCH SL, C.I.F./N.I.F.: 0B03954203

Cuenta de Pérdidas y Ganancias

Cifras expresadas en euros

| | 31/12/2011 (12) | 31/12/2010 (12) | 31/12/2009 (12) |
|---|--------------------|--------------------|--------------------|
| 40100 1. Importe neto de la cifra de negocios | 653.625,13 | 890.782,76 | 1.423.658,14 |
| 40200 2. Variación de existencias de productos terminados y en curso de fabricación | -40.270,97 | 16.000,00 | |
| 40300 3. Trabajos realizados por la empresa para su activo | | | |
| 40400 4. Aprovisionamientos | -680.857,92 | -569.664,92 | -787.383,89 |
| 40500 5. Otros ingresos de explotación | 1.384.065,39 | 729.973,70 | 411.765,72 |
| 40600 6. Gastos de personal | -526.853,29 | -533.329,01 | -569.139,04 |
| 40700 7. Otros gastos de explotación | -676.346,04 | -438.837,75 | -364.655,22 |
| 40800 8. Amortización del inmovilizado | -40.775,30 | -40.630,87 | -40.543,38 |
| 40900 9. Imputación de subvenciones de inmovilizado no financiero y otras | | | |
| 41000 10. Excesos de provisiones | | | |
| 41100 11. Deterioro y resultado por enajenaciones del inmovilizado | | 4.747,36 | |
| 41200 12. Diferencia negativa de combinaciones de negocio | | | |
| 41300 13. Otros resultados | | | |
| A) RESULTADO DE EXPLOTACIÓN (1 + 2 + 3 + 4 + 5 + 6 + 7 + 8 + 9 + 10 + 11 + 12 + 13) | 72.587,00 | 59.041,27 | 73.702,33 |
| 41400 14. Ingresos financieros | 112,32 | 2.111,69 | 1.482,59 |
| 41490 b) Otros ingresos financieros | 112,32 | 2.111,69 | 1.482,59 |
| 41500 15. Gastos financieros | -18.970,62 | -17.452,53 | -29.157,93 |
| 41600 16. Variación de valor razonable en instrumentos financieros | | | |
| 41700 17. Diferencias de cambio | | | |
| 41800 18. Deterioro y resultado por enajenaciones de instrumentos financieros | | | |
| 42100 19. Otros ingresos y gastos de carácter financiero | | | |
| 49200 B) RESULTADO FINANCIERO (14 + 15 + 16 + 17 + 18 + 19) | -18.858,30 | -15.340,84 | -27.675,34 |
| 49300 C) RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS (A + B) | 53.728,70 | 43.700,43 | 46.026,99 |
| 41900 20. Impuestos sobre beneficios | -14.023,93 | -11.053,73 | -11.768,15 |
| 49500 D) RESULTADO DEL EJERCICIO (C + 20) | 39.704,77 | 32.646,70 | 34.258,84 |

PROMOCIONES Y CONSTRUCCIONES OLTA SUCH SL, C.I.F./N.I.F.:

0B03954203

Principales Ratios

Cifras expresadas en euros

| | 31/12/2011 (12) | 31/12/2010 (12) | 31/12/2009 (12) |
|---|--------------------|--------------------|--------------------|
| RATIOS DE EQUILIBRIO | | | |
| Fondo de maniobra (euro) | -28.130,01 | -219.824,31 | -257.531,41 |
| Ratio fondo de maniobra | -0,02 | -0,14 | -0,15 |
| Ratio de solidez | 0,47 | 0,42 | 0,37 |
| Periodo Medio de Cobro (días) | 54 | 19 | 22 |
| Periodo Medio de Pago (días) | 65 | 74 | 69 |
| RATIOS DE LIQUIDEZ | | | |
| Ratio de Liquidez (%) | 95,33 | 59,85 | 54,53 |
| Ratio de Liquidez Inmediata (%) | 55,06 | 13,61 | 8,39 |
| RATIOS DE ENDEUDAMIENTO | | | |
| Porcentaje de endeudamiento (%) | 54,62 | 53,63 | 56,94 |
| Coste Medio de Financiación Externa | 0,02 | 0,02 | 0,03 |
| Cobertura del Servicio de la Deuda | 12,23 | 11,68 | 12,73 |
| Cobertura de Intereses | 3,83 | 3,38 | 2,53 |
| RATIOS GENERALES Y DE ACTIVIDAD | | | |
| Autofinanciación generada por las ventas (%) | 12,31 | 8,23 | 5,25 |
| Autofinanciación generada por los Activos (%) | 4,47 | 4,59 | 4,47 |
| Punto Muerto | 1,12 | 1,07 | 1,06 |
| Facturación media por Empleado | 32.681,26 | 44.539,14 | 76.664,41 |
| Coste Medio por Empleado | 26.342,66 | 26.666,45 | 30.648,31 |
| Rotación de Activos | 0,36 | 0,56 | 0,85 |
| Rotación de Inventario (días) | 76 | 129 | 80 |
| RATIOS DE RESULTADOS | | | |
| Rentabilidad Económica (ROA) (%) | 4,03 | 3,70 | 4,41 |
| Rentabilidad de Explotación (%) | 6,29 | 6,54 | 6,83 |
| Rentabilidad Financiera (ROE) (%) | 9,40 | 8,21 | 9,22 |

5.2 GRUPO UNITURSA

A continuación vamos a analizar el caso de otra empresa para la que el alquiler turístico de viviendas para uso vacacional también ha supuesto una alternativa a la actividad de promoción inmobiliaria, nos referimos al grupo hotelero ubicado en Calpe UNITURSA.

Para ello, realizamos una entrevista a director de calidad Felipe Esquerdo Ivars, que a continuación analizamos.

Pregunta: ¿Cuándo comenzó su actividad Unitursa y cual fue su origen?

Respuesta: Unitursa comenzó su actividad a mediados de los años 70. Comenzamos con la actividad principal de la promoción y construcción de viviendas en Calp, concretamente en la playa de la Fossa, donde la mayor parte de los edificios los construimos y promovimos nosotros.

A continuación lo que hicimos fue, a mediados de los 80, concretamente en 1984, iniciar la actividad hotelera construyendo el primer hotel en Calp, el complejo hotelero Galetamar. En los 90 construimos el hotel de tres estrellas y que ha sido nuestra joya durante años el famoso hotel Esmeralda de Calp, también de 3 estrellas. En los 90 también construimos el complejo resort Imperial Park y por último en el año 2006 abrimos nuestro hotel de 4 estrellas Diamante Beach. Todos ellos ubicados en el municipio de Calp.

Por lo que, aunque nuestro arranque como empresa fue de construcción y promoción de apartamentos en la playa, desde que inauguramos el Hotel Esmeralda en el año 91, nuestra actividad principal ha sido hotelera.

Pregunta: Al ver vuestra web y oferta de alojamiento se observa un incremento de la oferta de apartamentos para uso turístico ¿A qué es debido ese incremento de oferta de este tipo de alojamiento?

Respuesta: Pues principalmente a que durante la pasada década, 2000-2010, retomamos la actividad con la que se inició el grupo y construimos y promovimos varios edificios de apartamentos y 2 urbanizaciones de bungalows en Calpe. Aunque para entonces nuestra actividad principal era y es hotelera dada la coyuntura aprovechamos nuestra experiencia para la promoción de apartamentos. ¿Qué sucedió?

Pues que la crisis frenó la venta de apartamentos y nos encontramos con un excedente de 350 viviendas, la mayoría hipotecadas por que todas esas viviendas están promovidas y construidas con financiación bancaria. Sin embargo, aunque nosotros seguimos vendiendo, no desaprovechamos la oportunidad y tratamos de rentabilizar esas viviendas mediante el alquiler para uso turístico, actividad que empieza a tener peso en nuestro grupo desde el año 2007.

Pregunta: ¿Cómo organizáis esta actividad dentro de vuestro grupo?

Respuesta: Pues nosotros contamos con la ventaja de tener larga experiencia vendiendo alojamiento hotelero, por lo tanto, lo que hacemos es aplicar la misma infraestructura a los apartamentos. Para todos los apartamentos distribuidos en los 14 edificios que gestionamos tenemos la siguiente organización:

Una gobernanta, un departamento de servicios técnicos y un departamento de recepción. En relación a la gobernanta y servicios técnicos aunque hay un único responsable de cada departamento, cada edificio cuenta con su propia infraestructura en esas áreas. En cuanto al servicio de recepción en temporada baja tenemos un único servicio de recepción y en temporada alta montamos una recepción en cada edificio.

Esos 3 departamentos, cada cual con su respectivo jefe o encargado, dependen de un responsable de apartamentos que es quien filtra la información hacia arriba y hacia abajo y responde ante el director de Calidad que soy yo, recursos humanos, director financiero y departamento de marketing. A su vez todos ellos dependen de dirección general.

Hay otro departamento muy importante y que depende de Marketing principalmente que es nuestra central de Reservas. Es una única central dividida en 2 áreas: hoteles y apartamentos. En total se gestionan 6.000 plazas.

Y por último también dependiendo de la dirección financiera y de marketing se encuentra el departamento de ventas de apartamentos.

Pregunta: ¿Aun así, aunque aprovecháis vuestra infraestructura hotelera, cuántos empleos se crean gracias al alquiler turístico en vuestro grupo?

Respuesta: Llegamos a ser 60 personas en temporada alta y se reduce a la mitad en temporada baja.

Pregunta: ¿Cuál es la filosofía o misión que fijáis en esta actividad?

Respuesta: Nuestra filosofía ahora mismo es doble. Por un lado en la actividad turística de alojamiento hotelero y de apartamentos turísticos nuestra filosofía es satisfacer y ser un referente en alojamiento vacacional de sol y playa para nuestro cliente target: familias y parejas.

Lo que pretendemos es integrar toda nuestra oferta de alojamiento para uso vacacional segmentándola según público objetivo y precios. Así, por ejemplo, en lo que tiene que ver al alojamiento de nuestros apartamentos va dirigido a un público familiar que busca precios más asequibles. En total nosotros ofertamos y gestionamos 6.000 camas.

Por lo tanto, nuestra filosofía es satisfacer y cubrir toda la oferta de alojamiento turístico de Calpe dado el tamaño que manejamos.

En lo que tiene que ver con la venta de inmuebles nuestra filosofía es no sólo vender inmuebles sino que ofrecemos al futuro propietario disfrutar de su vivienda en la playa con la posibilidad y la ventaja de rentabilizar su propiedad mediante su explotación en alquiler turístico.

Pregunta: ¿Cuál es el objetivo con el que trabajáis a medio plazo cuando comenzas con la comercialización del alquiler turístico de apartamentos y bungalows?

Respuesta: Reducir la estacionalidad y al mismo tiempo rentabilizar al máximo nuestros apartamentos mediante el alquiler que nos aporta ingresos recurrentes y la venta de apartamentos que nos aporta liquidez, algo muy necesario en todas las empresas.

Pregunta: ¿Qué estrategias se implementan para alcanzar esos objetivos?

Respuesta: Hemos seguido varias estrategias:

Una de ellas es participar activamente en todas las ferias de turismo. Vamos a nivel nacional al País Vasco, Madrid, Albacete, etc., y en Europa, vamos a Berlín, Londres, Bruselas, Milán, Toulouse, etc. Las ferias nos dan oportunidad de hacer negocios dando a conocer y vendiendo nuestros alojamientos. También estamos teniendo presencia en ferias inmobiliarias con el fin de aumentar las ventas del stock de apartamentos.

Otra estrategia es la que tiene que ver con los tour operadores con los que trabajamos activamente y les ofrecemos cupos que ellos gestionan.

Y de cara al cliente final hemos desarrollado una estrategia de segmentación: Lo que hemos hecho ha sido agrupar nuestra oferta de viviendas en 4 grupos: premier, select, confort y bungalós. Cada grupo de viviendas tiene las mismas características: igual

mobiliario, prestaciones, ubicación, etc. según al segmento al que pertenece. De esa manera el usuario puede identificar una oferta totalmente homogénea según sus preferencias.

Además, con el objetivo de reducir la estacionalidad en un destino de Sol y Playa como es Calpe hemos creado nuestro producto de eventos y convenciones, para lo cual disponemos de importantes infraestructuras en nuestros hoteles.

Pregunta: ¿Ha supuesto el alquiler turístico de viviendas una alternativa a la actividad inmobiliaria en vuestro caso?

Respuesta: Pues aunque nuestro objetivo cuando promovimos viviendas en la pasada década del 2000-2010 era la venta, el alquiler turístico ha supuesto rentabilizar esos inmuebles. Nosotros como te he dicho contábamos con la ventaja de tener la infraestructura para explotarlos. De no haberlo hecho y haber esperado a una lenta venta de los inmuebles por el parón del mercado, puede que hubiéramos tenido alguna dificultad. De esta manera compatibilizamos la venta y el alquiler, con lo que conseguimos más rentabilidad y más liquidez en nuestros balances, es más, esas 2 actividades se complementan por que muchos de los clientes que alquilan por vacaciones, quedan tan encantados que deciden comprar una vivienda.

5.2.1 ANALISIS DE LA ENTREVISTA A GRUPO UNITURSA

La empresa analizada Unitursa, también comienza su actividad en Calpe dedicándose principalmente a la promoción y construcción de viviendas, principalmente apartamentos y segundas residencias en la playa. Tanto es así que la mayoría de los edificios existentes en la Playa de la Fossa de Calp han sido construidos y promovidos por el grupo al que pertenece Unitursa.

Lo que se aprecia en la entrevista es que la empresa analizada ha tenido que recurrir o buscar una alternativa en una actividad empresarial turística en 2 ocasiones, sustituyendo esta a su actividad original de promoción y construcción de viviendas:

Por un lado en el año 91, la actividad hotelera se convierte en actividad principal tras varios años de promoción y construcción de viviendas. Cabe destacar que la estrategia de cambio de actividad en ese momento fue acertada debido a que en el año 1991 a

1993 hubo una importante crisis inmobiliaria a nivel nacional y Unitursa tenía en ese momento capacidad financiera y facilidad de crédito para acometer la inversión que supone la construcción de un hotel de 4 estrellas de 212 habitaciones.

Por otro lado, la empresa nuevamente retoma la actividad con la que se constituyó en su origen aprovechando su experiencia, el boom que experimento el mercado inmobiliario entre los años 2000 y 2007 y la facilidad crédito que las entidades financieras concedieron durante esos años para la promoción y construcción de viviendas. No obstante, como sucedió en el año 1991, en esta ocasión a partir del año 2007 la empresa tiene que recurrir al alquiler turístico de las viviendas en su propiedad sin vender, con el fin de rentabilizarlas y obtener ingresos recurrentes. Cabe destacar que el parque de viviendas que manejan de las que son propietarios son más de 350. En consecuencia, a diferencia de lo que ocurrió en el año 1991, ahora Unitursa está mucho más apalancada financieramente dado que tiene que hacer frente a mucho crédito concedido para financiar los edificios construidos durante el boom del 2000-2007, y por tanto, la mejor solución es rentabilizar el stock de viviendas en su propiedad mediante el alquiler turístico de viviendas. Esta actividad comienza a ser fundamental a partir del año 2007 cuando aumenta de forma considerable su stock de vivienda.

La misión del grupo analizado, dado que están en una población con unos recursos turísticos de sol y playa muy importantes, es ser un referente en alojamientos, hotelero y apartamentos, dentro del sector de sol y playa, principalmente para familias y parejas. Y podemos afirmar que es así, tienen una amplia oferta y variedad dentro del turismo de sol y playa: hoteles con spa, hoteles tipo resorts y apartamentos turísticos o bungalows. En total gestionan más de 6.000 camas.

No obstante, sus objetivos, que son económicos a nivel de grupo, van enfocados a mejorar la frecuencia de sus ingresos dado que lo que pretenden es por un lado reducir la estacionalidad y por otro, aumentar la rentabilidad de sus activos inmobiliarios. En este punto el alquiler turístico juega un papel fundamental dado que generan en la empresa importantes ingresos. Y las estrategias que establecen para lograrlos tienen que ver con potenciar principalmente su estrategia de marketing: ferias, relación con tour operadores, segmentar y crear nuevos productos (como ofertas a turismo de eventos y

congresos) para llegar a diferentes nichos de mercados y la creación de nuevos productos para evitar la segmentación: eventos y congresos.

El peso que el alquiler turístico de viviendas tiene en este grupo es evidente al ver el número de trabajadores que emplea y la organización que implica: Requiere de unos 60 trabajadores en temporada alta y 30 en temporada baja.

La estructura o forma de organización que establecen para en esa actividad es una agrupación según la función de cada trabajador y el proceso de trabajo que realiza cada empleado. Mencionaba el Director de Calidad, que tenían un departamento de Recepción, que en temporada alta se habilitaba en cada edificio, una gobernanta, servicios técnicos y un equipo de trabajo dentro de la central de reservas del grupo. Dado el tamaño de la actividad de alquiler turístico en Unitursa, la estructura funcional de sus empleados precisa un elevado nivel de coordinación entre las diferentes unidades, que en el caso analizado requiere que haya un jefe de cada unidad o departamento y un responsable general de la actividad que reporta a Dirección de Calidad, dirección financiera, Recursos Humanos y marketing.

Asimismo, los mecanismos de coordinación necesarios en un departamento de alquiler de viviendas para uso turístico con un tamaño como el analizado en Unitursa, son dos: Por un lado mediante la supervisión directa de los jefes que coordinan y controlan que el trabajo se realice de forma efectiva y por otro, se hace muy necesario que debido al tamaño del departamento y de todo el grupo con más de 300 trabajadores, que existan procesos de normalización o estandarización de los procesos de trabajo, de los productos o resultados que cada unidad produce y normalización y estandarización de las diferentes habilidades requeridas a los trabajadores.

En consecuencia, en el caso de Unitursa, el alquiler de viviendas para uso turístico les está ayudando a rentabilizar, unos activos inmobiliarios o viviendas que no les ha quedado más remedio que asumir en propiedad a causa de la crisis inmobiliaria.

6.- CONCLUSIONES

A modo de conclusión podemos decir que ha habido un factor exógeno fundamental, que ha supuesto una oportunidad para el desarrollo de la actividad turística analizada en este trabajo fin de carrera, me refiero a la crisis inmobiliaria sufrida desde el año 2007.

Hemos visto como las transacciones de compra – venta de viviendas en Calp se han reducido un 50% en los años que van de 2008 al 2011 con respecto a los años precrisis que van del 2004 al 2007. Esto ha provocado que el precio de las viviendas haya descendido un 19.5% en el año 2011 con respecto a los precios de 2007.

Este hecho ha afectado negativamente a la cuenta de resultados de empresas que se dedicaban al sector inmobiliario y de promoción de viviendas, hasta el punto de que con el objetivo de sobrevivir han tenido que transformar su actividad típica en alquiler de viviendas para uso turístico aprovechando el aumento del parque de viviendas disponibles.

Además, en cuanto a la demanda de este tipo de alojamientos hemos analizado como la Comunidad Valenciana es la cuarta Comunidad Autónoma por número de viajeros que escogen apartamentos turísticos y es la segunda Comunidad Autónoma en número de apartamentos ofertados, lo cual demuestra el efecto de la crisis inmobiliaria en el elevado número de viviendas disponibles. Este hecho tiene también una consecuencia para las empresas del sector: un bajo porcentaje del nivel de ocupación de los alojamientos ofertados muy por debajo de la media del país.

La encuesta de ocupación de alojamientos turísticos, realizada por el INE, también refleja que en nuestra Comunidad existe un ratio muy bajo de empleados del sector por número de apartamentos y plazas, lo que puede contribuir a que exista una oferta muy numerosa de alojamientos pero de peor calidad o menos profesionalizada.

El análisis de la demanda también muestra cómo la Costa Blanca es el principal receptor de turistas que se alojan en apartamentos turísticos dentro de la Comunidad Valenciana dado que recibe el 66% del total de viajeros que vienen a nuestra Comunidad.

En cuanto a la procedencia de los viajeros nacionales que se alojan en apartamentos turísticos en la Comunidad Valenciana, el principal mercado son viajeros de la propia Comunidad y de la Comunidad de Madrid y de los extranjeros el principal mercado es el Reino Unido y Alemania.

Por lo tanto, el desafío al que se enfrenta las empresas del sector analizado en nuestra comunidad, según los datos aportados por la encuesta del Instituto Nacional de Estadística, es incrementar el grado de ocupación que es de los más bajos. Las estrategias que deben implantarse tras analizar los datos son:

Mayor profesionalización y calidad del producto, aumentando el número de empleados por apartamentos

Búsqueda de nuevos mercados nacionales e internacionales que incrementen el número actual de viajeros.

Por último en este trabajo fin de carrera hemos analizado 2 empresas que se dedican o realizan alquiler turístico de viviendas para uso vacacional. En ambos casos se puede afirmar que dicha actividad ha supuesto una alternativa a la construcción y promoción de viviendas.

Es reseñable que este hecho se ha producido en dos casos reales de empresas que, aunque ubicadas en la misma zona, tienen grandes diferencias: de tamaño en lo que tiene que ver la facturación, del número de empleados, antigüedad, de experiencia en sector turismo, e incluso en el tipo de producto o alojamiento turístico ofertado.

Efectivamente, a pesar de las diferencias entre ambas empresas, sí que han tenido algo en común: aprovechar los importantes recursos turísticos de la zona en la que se ubican, municipio de Calp, detectar una oportunidad en la actual coyuntura de crisis inmobiliaria que ha provocado una importante cantidad de viviendas vacías y poner en ambos casos en valor su larga experiencia y buen hacer. Todo ello ha permitido que, a diferencia de otras empresas inmobiliarias de la zona, éstas sobrevivan con éxito gracias a desempeñar una actividad económica relacionada con el sector turístico: el alquiler de viviendas para uso vacacional.

BIBLIOGRAFIA

Ayuntamiento de Calp. Página oficial de la Concejalía de Turismo del Ayuntamiento de Calp. *Información Turística de Calp*. Consulta 15 de Octubre de 2012. www.calpe.es/turismo.

Dorado, Jose Antonio. *Dirección de Alojamientos Turísticos*. Madrid: Síntesis. 2011. ISBN 978-84-975676-2-6

Escuela Superior de Cajas de Ahorro. *Certificado Asesor Financiero*. Módulo 1º Conocimiento y valoración de empresas, ESCA. 13 de Junio 2012

Gallego Águeda, Maria Ángeles; Casanueva Rocha, Cristóbal. *Dirección y Organización de empresas turísticas*. Madrid: Pirámide. 2011. ISBN 978-84-368-2450-6.

Generalitat Valenciana. Conselleria de Turismo. Decreto 92/2009 del 03 de Julio de 2009 del Consell. Reglamento regulador de las viviendas turísticas y de las empresas gestoras dedicadas a la cesión de uso y disfrute, en el ámbito de la Comunidad Valenciana. *Diario Oficial de la Comunitat Valenciana*, 07 de Julio de 2009, número 6051.

Generalitat Valenciana. *Trámites administrativos para empresas gestoras de viviendas turísticas*. Consulta 03 de Noviembre de 2012. www.gva.es/portal/page/portal/inicio/procedimientos

Informa D&B. *Informes comerciales y financieros de empresas*. Consulta 05 de Marzo de 2013. www.informa.es

Instituto Nacional de Estadística. *Encuesta de ocupación en apartamentos turísticos, Año 2011*.

Juan Martínez, Francisco; Solsona Monzonís, Javier. *Alojamiento Turístico Rural: Gestión y comercialización*. Madrid: Síntesis. 2000. ISBN 84-7738-754-0

Pajares, Benito. El precio del alquiler de apartamentos de vacaciones en la playa se desinfla un 17%. *Periódico el Mundo*. Fecha 06 de Junio de 2012. Disponible en www.elmundo.es

Portal Inmobiliario Idealista.com. *Informe de Precios*. Consultado 15 de Febrero de 2013. Disponible en www.idealista.com

ANEXO 1.- REQUISITOS LEGALES Y ADMINISTRATIVOS PARA LA CONSTITUCIÓN DE UNA EMPRESA GESTORA DE ALQUILER DE VIVIENDAS PARA USO TURISTICO.

Las leyes y normas que regulan este tipo de empresas objeto de estudio de nuestro trabajo fin de carrera, se establecen a nivel de cada Comunidad Autónoma, en consecuencia, analizaremos los requisitos administrativos y legales que la Generalitat Valenciana requiere necesarios para poder constituir una empresa cuya actividad sea la explotación o alquiler de viviendas para uso turístico.

La Generalitat Valenciana establece el decreto regulador de este tipo de establecimientos persiguiendo los siguientes objetivos:

1. Potenciar la calidad de los establecimientos.
2. Contribuir a la profesionalización del sector, instituyendo como piedra angular de la comercialización a las empresas gestoras de viviendas turísticas.
3. Incidir en el modo en que se efectúa la publicidad de las viviendas y en los derechos y obligaciones que incumben a las partes. Expresamente se indica que la publicidad deberá ajustarse a las exigencias de veracidad, objetividad y buena fe, haciendo especial énfasis en aquella que se efectúa por internet.
4. Clarificar la responsabilidad de empresas, personas físicas o jurídicas y entidades que gestionen viviendas turísticas y establecer una lista de causas de resolución del contrato de alojamiento turístico.

En cuanto a los requisitos que establece el decreto 92/2009, de 3 de Julio, para el comienzo de la actividad de una empresa que explote viviendas para uso turístico se pueden resumir en los siguientes artículos del decreto:

Artículo 5. Comunicación del inicio de la actividad

El ejercicio de la actividad de cesión del uso y disfrute de viviendas turísticas por parte de las empresas requerirá, con carácter preceptivo, su comunicación a la administración Turística.

Artículo 6. Inscripción en el Registro de las empresas gestoras

1. El inicio de la actividad de la empresa gestora se comunicará, mediante impreso normalizado y a los efectos de su inscripción en el Registro General de Empresas, Establecimientos y Profesiones Turísticas de la Comunitat Valenciana (este impreso cuya denominación es COMUNICACIÓN / DECLARACIÓN RESPONSABLE REFERENTE AL USO DE VIVIENDAS TURISTICAS, se puede obtener en la web www.gva.es.) – en adelante, el Registro –, concretamente se aportará la documentación en el Servicio Territorial de Turismo de la provincia, Alicante, Valencia o Castellón, donde esté ubicado el mayor número de viviendas turísticas, adjuntando la siguiente documentación:

a) Documento acreditativo de la personalidad física o jurídica del solicitante. Si se tratase de una persona física, se aportará copia del Documento Nacional de Identidad. En el supuesto de personas jurídicas, se acompañará copia de su documento de constitución, debidamente inscrito, y su código de identificación fiscal.

b) Declaración responsable acerca de:

1º. La disponibilidad de un local u oficina de atención al público.

2º. Que ostenta la disponibilidad de las viviendas turísticas que se gestionan y que éstas cumplen cuantos requisitos establece este decreto para su clasificación en la categoría declarada. Deberá efectuarse una relación indicando la dirección completa de cada una de ellas y su número de plazas.

2. La declaración responsable junto con la relación de viviendas efectuada y, en su caso, la licencia de primera ocupación de las mismas, servirá de comunicación a la administración de su dedicación al uso turístico.

3. Cuando se trate de agentes de la propiedad inmobiliaria, de agencias de viajes o administradores de fincas, bastará que acompañen a la comunicación la declaración responsable que contenga la relación de viviendas y, en su caso, la documentación sobre las mismas citada anteriormente. Todo ello sin perjuicio de las atribuciones que les correspondan de acuerdo con sus normas reguladoras.

4. Efectuada la comunicación, el Servicio Territorial de Turismo competente asignará a la empresa el número de registro correspondiente e inscribirá en el

Registro a ésta y a las viviendas que se gestionen, según lo comunicado, notificándoselo al interesado. Posteriormente dicho órgano efectuará cuantas comprobaciones resulten pertinentes.

La dirección del Registro del Servicio Territorial de Turismo en Alicante se encuentra en la Calle Churruca, número 29. La delegación de Valencia está situada en Plaza Alfonso el Magnánimo, número 15 y en Castellón en Avenida Hermanos Bou, número 47.

En consecuencia, cabe advertir que la norma obliga siempre a la comunicación de las viviendas cuyo uso es para la actividad turística. Dicha comunicación se realiza mediante inscripción en impreso normalizado en el Registro del Servicio Territorial de Turismo de la provincia donde radiquen las viviendas a inscribir. Se indicará en la inscripción número de plazas, dirección y cuantos requisitos sean necesarios para su clasificación. Esta comunicación es preceptiva para el ejercicio de la actividad y contendrá una declaración responsable del interesado en la que expresamente dejará constancia de la disponibilidad del inmueble y de que en la vivienda concurren los requisitos exigidos en el decreto regulador para la clasificación de la vivienda. Asimismo, además de la inscripción de la vivienda

Las viviendas se clasificarán y así se deberá indicar en su publicidad según corresponda, en Superior, Primera y Estándar. Dicha clasificación se aplicará en función y según las características que cada vivienda reúna.